Më shumë Zgjedhje përmes Politikave Miqësore për Familjen

UNFPA

With funding from
Austrian Development Cooperation

KOMPANITË PARAROJË PËR MJEDISE PUNE MIQËSORE NDAJ FAMILJES NË SHQIPËRI

Përgatitur nga
Solutions you trust and afford
DM Consulting Services
Management, Human Resources, e-business, IT Solutions

Kompanitë pararojë për mjedise pune miqësore ndaj familjes në Shqipëri

Nëntor 2020

DM Consulting Services
w: www.dm-consulting.biz
e: dmezini@dm-consulting.biz
a: Rruga."Luigj Gurakuqi", Pallati.No.4, Kati i1, Ap. no 7, Tirane, Shqipëri

Ekipi i Autorëve
DM Consulting Services
Dritan Mezini, Drejtor Ekzekutiv
Eljana Mete, Drejtuese e Rekrutimit dhe Headhunting
Suela Kapllani, Konsulente/Analiste Biznesi

Kontribut nga UNFPA Shqipëri
Elsona Agolli, Analiste e Programit për çështjet gjinore dhe të popullsisë
Fiorela Shalsi, Oficere Programi, projekti "Më shumë zgjedhje"

Skanimi i 'Kompanive pararojë për mjedis pune miqësor ndaj familjes në Shqipëri' është kryer në kuadër të projektit rajonal "Më shumë zgjedhje: Politika familjare të përgjegjshme gjinore për sektorin privat në Ballkanin Perëndimor dhe Moldavi". Projekti zbatohet nga UNFPA-ja dhe mbështetet nga Agjencia Austriake e Zhvillimit. Projekti synon të krijojë partneritet me sektorin privat dhe qeverinë për të mbrojtur dhe avancuar politikat familjare që i përgjigjen gjinisë. Studimet tregojnë se kur zbatohen politika të tilla, si nga sektori publik ashtu edhe nga sektori privat, ato janë mjete të fuqishme për të ndryshuar normat diskriminuese gjinore, për të zvogëluar pabarazitë dhe për të mbështetur rishpërndarjen e punës së papaguar dhe përkujdesëse, në mënyrë që si burrat, ashtu edhe gratë të mund të realizojnë aspiratat e tyre për ndërtimin e karrierës dhe familjes.

Raporti i skanimit u përgatit nga DM Consulting Services me mbështetjen e zyrës së UNFPA-së në Shqipëri. Mendimet e shprehura në këtë raport janë të autorëve dhe nuk pasqyrojnë domosdoshmërisht pikëpamjet e UNFPA-së apo Agjencisë Austriake të Zhvillimit.

UNFPA Albania
UNFPA ka ndihmuar Shqipërinë për të përmirësuar shëndetin riprodhues dhe seksual, krahas strategjive dhe politikave të popullsisë dhe zhvillimit që nga viti 1989. Programet kryesore mbështesin Shqipërinë në përpjekjet e saj për të hyrë në Bashkimin Evropian (BE), si një nga përparësitë kryesore të Shqipërisë. UNFPA-ja gjithashtu ndihmon qeverinë për të forcuar qeverisjen dhe sundimin e ligjit duke përmirësuar kornizat e politikave, duke krijuar shërbime me cilësi më të lartë, duke rritur mekanizmat e standardizuar të mbikëqyrjes dhe duke nxitur një përdorim më efektiv të të dhënave në planifikim dhe politikëbërje. Në Shqipëri të rinjtë[1] e moshës 15-29 vjeç përfaqësojnë 23.9 përqind të popullsisë, ndërsa grupmosha riprodhuese (15-49 vjeç), përfaqëson 48.3% të popullsisë. Këto janë arsye të forta për të promovuar në mënyrë aktive barazinë gjinore dhe nismat që synojnë fuqizimin e të rinjve dhe të të rriturve.

DM Consulting Services (DMCS)
Themeluar në vitin 2006, DM Consulting Services ofron ekspertizë në menaxhimin e burimeve njerëzore, në rekrutim dhe trajnim, shërbime konsulence për IT, analizë dhe menaxhim të procesit të biznesit. Një nga produktet dhe shërbimet kryesore është portali më i madh në internet i punës www.duapune.com, i cili operon në Shqipëri dhe Kosovë, si edhe përtej tyre. DM Consulting Services është një anëtar aktiv i organizatave të ndryshme të biznesit, si Shoqata Shqiptare e TIK (AITA), Rrjeti i Konsulencës Shqiptare (ACN), Dhoma Amerikane e Tregtisë, dhe është po ashtu edhe themeluesi i HRHub Albania, komunitetit më të madh të Burimeve Njerëzore në Shqipëri.

© UNFPA Country Office Albania and DMCs.
Tiranë, nëntor 2020

[1] INSTAT Popullsia 1 Janar 2020 http://www.instat.gov.al/al/temat/treguesit-demografik%C3%AB-dhe-social%C3%AB/popullsia/#tab2

PËRMBAJTJA

Akronime dhe Shkurtesa.....iii
Përmbledhja ekzekutive.....1
Historiku / konteksti.....2
Ekonomia dhe tregu i punës në Shqipëri.....2
Tregu i punës në Shqipëri.....4
Konteksti i biznesit privat.....6
Tërmeti dhe ndikimi i COVID-19 tek biznesi privat.....9
Metodologjia.....10
Grupi dhe partnerët.....10
Mbledhja e të dhënave dhe kërkimi.....11
Anketimi online.....12
Analiza e të dhënave.....17
Sfidat.....18
Matrica e vlerësimit.....19
Kompanitë e përzgjedhura.....19
Lista e profileve të kompanive pararojë.....23
Shtojca A – Pyetjet e Pyetësorit.....32
Shtojca B: - Matrica e Vlerësimit.....42
Shtojca C – Partnerët.....45
Shtojca D – Lista e 100 Kompanive.....46

AKRONIME DHE SHKURTESA

UNPFA	United Nations Population Fund - Fondi i Kombeve të Bashkuara për Popullsinë
CMMI	Capability Maturity Model Integration
DMCS	DM Consulting Services
PBB	Prodhimi i Brendshëm Bruto
TI	Teknologjia e Informacionit
TIK	Teknologjia e Informacionit dhe Komunikimit
BB	Banka Botërore

PËRMBLEDHJA EKZEKUTIVE

Arsyeja kryesore e këtij raporti është prezantimi i rezultateve të procesit të skanimit të mjedisit të biznesit në rreth 100 kompani private, i ndjekur nga një përzgjedhje e rreth 30 kompanive dhe dorëzimin e listës finale me 9 kompani në lidhje me Politikat Familjare të Përgjegjshme ndaj Gjinisë, që këto kompani kanë implementuar.

Raporti është i organizuar në 4 ndarje kryesore:

- Ndarja e parë e këtij raporti është një përshkrim i shkurtër i historikut të projektit dhe objetivave kryesore.
- Kapitulli i dytë jep një pasqyrim të shkurtër të ekonomisë në Shqipëri, të tregu të punës, tërmetit dhe ndikimit që COVID- 19 ka sjellë.
- Në ndarjen e tretë është pasqyruar metodologjia e ndjekur nga procesi i skanimit.

Ky kapitull përfshin mbledhjen e të dhënave, vlerësimin e Matricës dhe të gjitha ndryshimet gjatë procesit. Informacionet, të dhënat ekzistuese si dhe të dhënat origjinale dhe informacionet e mbledhura nga intervistimet janë analizuar që të kuptojmë cilat janë kompanitë më të përshtatshme gati për transformim të cilat do të përzgjidhen për të implementuar veprime dhe iniciativat në mjedisin e punës që lidhen me përgjegjshmërinë familjare ndaj gjinisë.

- Në ndarjen e katërt është pasqyruar një përmbledhje e analizës së të dhënave duke përfshirë profilet e kompanive të përzgjedhura si fillim. Raporti përfshin disa gjetje shumë interesante nga kërkimi dhe hapat e ardhshëm ku informacioni ekzistues dhe të dhënat do të analizohen për të kuptuar cilat janë kompanitë më të përshtatshme të gatshme për transformim, të cilat do të përzgjidhen për të implementuar veprime dhe iniciativa në mjedisin e punës që lidhen me përgjegjshmërinë familjare ndaj gjinisë.

Hapat e mëposhtëm (identifikon, shpërndan, mbledh, vlerëson, përzgjedh) janë përzgjedhur për të identifikuar 9 kompanitë pararojë.

1 Identifikimi i 100 kompanive bazuar në disa kritere kryesore.

2 Përgatitje për sondazhin online.

3 Shpërndarja e sondazhit tek të gjitha kompanitë me e-mail.

4 Mbledhja e pergjigjeve dhe përgatitja e listës me 31 kompani që kanë kthyer përgjigje.

5 Skanimi i 31 kompanive duke bërë një përzgjedhje tjetër (duke hequr kompanitë me mungesë informacionesh të rëndësishme ose duplikime) dhe përgatitja e listës me 23 kompani.

6 Përgatitja e Matricës së vlerësimit dhe aplikimi i saj në 23 kompani.

7 Përzgjedhja e tyre bazuar në vlerësimin e aseteve te Matricës.

8 Identifikimi i listës së kampionëve.

Sondazhi ishte dokumenti kryesor, që u përdor për mbledhjen e të dhënave. Është përgatitur në mënyrë të tillë për të kontaktuar me të gjitha kompanitë fillestare. Skica e përgjithshme e sondazhit u përqendrua tek:

1 Detajet e biznesit

2 Vendodhja

3 Punësimi i stafit

4 Programet me barazi gjinore ose iniciativat që ata kanë implementuar në mjedisin e punës.

Matrica e vlerësimit është korniza kryesore e përdorur për të vlerësuar kompanitë e përzgjedhura në fillim për të skanuar dhe identifikuar kompanitë pararojë së fundi. Matrica e vlerësimit është e bazuar në të paktën 25 tregues me një peshë specifike nga rëndësia. 9 kompanitë që kanë arritur pikët më të larta, do të shpallen kompani pararojë.

Si rezultat i procesit të përgjithshëm, detajet do të shpjegohen në raport, lista e mëposhtme e kompanive të zgjedhura si pararojë do të gjenerohet në hapat e ardhshëm të projektit.

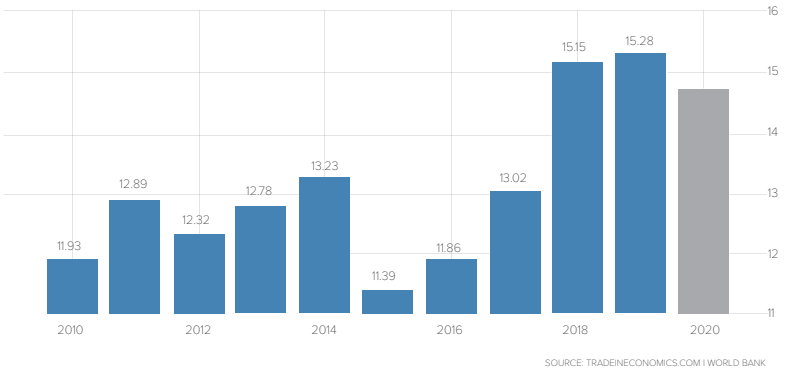
	Emri i kompanisë	Industria	Vendodhja
1	Raiffeisen Bank Albania	Bankë	Vienna
2	Efa Solution	Prodhim këpucësh	Tirana
3	ikubINFO	Teknologjia e informacionit	Tirana
4	VEKO SHPK	Eksport-Import,Tregti dhe Përpunim	Gjirokaster
5	R&T Group	Tregti, Ndërtim, Shitje me pakicë, Telco	Tirana
6	Agna Group	Shpërndarja FMCGS dhe Prodhim / Përpunim	Tirana
7	Golden Eagle shpk – Rogner Hotel Tirana	HORECA	Tirana
8	Fix Pro	Industria e Përpunimit të Ushqimit	Korca
9	INCA Fish	Peshkimi / Industria e përpunimit të ushqimit	Lezhe

Ekonomia dhe Tregu i Punës në Shqipëri

Zhvillimet e fundit ekonomike në vend janë formësuar nga dy tronditje të rëndësishme që goditën ekonominë: tërmeti i vitit 2019 dhe pandemia e COVID-19. Këto erdhën në një kohë kur modeli themelor i rritjes tashmë po tregonte shenja brishtësie.

Pas një dekade të rritjes mesatare vjetore të PBB-së prej 6 përqind në periudhën 1998-2008, rritja u ngadalësua ndjeshëm në 2008-2014 në një mesatare prej 2.4 përqind në vit, duke reflektuar krizën financiare globale dhe krizën pasuese të Eurozonës. Gjatë 2015-2018, rritja u rikuperua në një mesatare prej 3.4 përqind. Nga njëra anë, kjo pasqyroi përmirësime të qëndrueshme në zhvillimet ekonomike. Investimet private u forcuan, duke pasur parasysh rritjen e stabilitetit makroekonomik dhe rimëkëmbjen ekonomike në BE. Konsumi u rrit falë një rikuperimi gradual të punësimit, pagave dhe kredive familjare. Ndryshimi në eksportet neto kontribuoi pozitivisht në rritjen ekonomike nxitur nga një zgjerim i eksporteve të shërbimeve, kryesisht turizmit. Nga ana tjetër, rritja e investimeve u drejtua në një pjesë të konsiderueshme nga projekte të mëdha të financuara nga njëra-tjetra në prodhimin e energjisë, duke përfshirë gazsjellësin Trans-Adriatik dhe hidrocentralin e Devollit. Duke pasur parasysh përdorimin e hidrocentraleve në Shqipëri, reshjet vjetore dhe kushtet hidrologjike vazhduan të luanin një rol kryesor në formimin e dinamikës vjetore të rritjes së PBB-së, me rreziqe për qëndrueshmërinë fiskale dhe të jashtme. Nga fillimi i vitit 2019, të dyja këto rreziqe u materializuan. Projektet e mëdha të investimeve që kishin mbështetur rritjen më parë, po përmbylleshin. Thatësirë uli prodhimin e hidroenergjisë, duke hequr më shumë se gjysmën e një pike përqindjeje nga rritja. Sidoqoftë, dhe përkundër tërmetit të rëndë (diskutuar më poshtë) i cili çoi në një rritje negative në tremujorin e fundit të 2019, rritja e PBB-së për vitin 2019 në përgjithësi mbeti pozitive në 2.2 përqind.

Prodhimi i Brendshëm Bruto (PBB)[1] në Shqipëri ishte me vlerë 15.28 miliardë dollarë amerikanë në 2019, sipas të dhënave zyrtare të Bankës Botërore. Vlera e PBB-së së Shqipërisë përfaqëson 0.01 përqind të ekonomisë botërore.



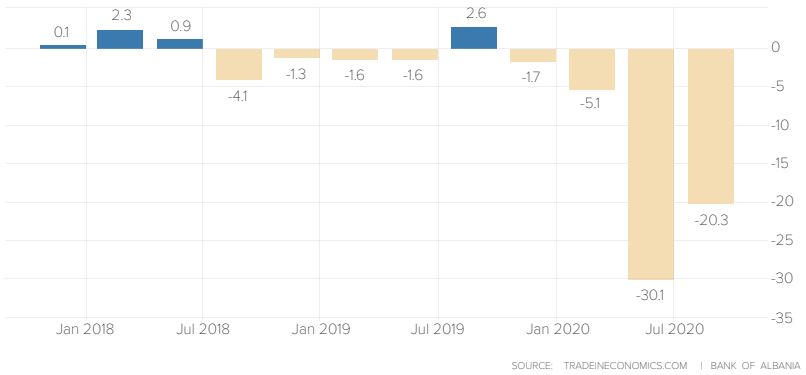
Actual	Previous	Highest	Lowest	Dates	Unit	Frequency	
15.28	15.15	15.28	0.65	1984 - 2019	USD Billion	Yearly	Current USD

Figura 1. Shqiperia PBB (në dollar amerikane 2010 – 2020)

[1] https://data.worldbank.org/

Treguesi i besimit është një tregues statistikor, që bazohet tek rezultatet e sondazheve me bizneset që pyeten mbi situatën e tyre ekonomike dhe pritshmëritë që ata kanë për zhvillimet në të ardhmen. Janë nxjerrë pesë tregues të veçantë të besimit, për industrinë, ndërtimin, shërbimet, tregtinë me pakicë dhe konsumatorët.

Treguesi i besimit të industrisë në Shqipëri u rrit me 9.7 pikë nga periudha e mëparshme, duke filluar nga janari 2018 siç tregohet në Figurën 2, në -20.3 në tremujorin e tretë të vitit 2020, pasi kufizimet e shkaktuara nga koronavirusi u hoqën gradualisht. Megjithatë treguesi mbetet shumë poshtë niveleve para pandemisë.



Actual	Previous	Highest	Lowest	Dates	Unit	Frequency
-20.30	-30.10	5.50	-30.10	2002 - 2020	points	Quarterly

Figura 2. Treguesi i Besimit të Industrisë në Shqipëri

Bazuar në Raportin e Bankës Botërore të 16 prillit 2020[2], Shqipëria po zbaton reforma të rëndësishme strukturore që do të mbështesin rritjen e barabartë, rritjen e produktivitetit dhe konkurrencë në ekonomi, krijimin e më shumë vendeve pune dhe përmirësimin e qeverisjes dhe ofrimit të shërbimeve publike.

Lidhja më e fortë rajonale dhe qasja në tregjet rajonale dhe globale, së bashku me eksportin dhe diversifikimin e tregut, gjithashtu mund të ndihmojnë në promovimin e një rritjeje më të shpejtë.

Për më tepër, qeveria e Shqipërisë ka punuar për një program të gjerë reformash të përqendruara tek qëndrueshmëria makroekonomike dhe fiskale, stabilizimi i sektorit financiar, shqetësimet rreth energjisë, ndihma sociale dhe reforma e aftësisë së kufizuar, si edhe decentralizimi i territorit.

Shqipëria u godit nga një tërmet shkatërrues në 26 nëntor 2019. Si përgjigje, një konferencë donatorësh u organizua në Bruksel në shkurt 2020 për të mobilizuar mbështetje financiare për Shqipërinë .Vendet dhe institucionet financiare ndërkombëtare premtuan afërsisht 1 miliard €.

Në mes të këtyre përpjekjeve për rindërtimin, kriza e Covid19-s ushtroi më shumë presion mbi buxhetin dhe reagimin e qeverisë. Disa donatorë dhe partnerë po vazhdojnë të bashkëpunojnë për të mbështetur Shqipërinë në kapërcimin e këtyre sfidave dhe zbatimin e qëllimeve afatgjata të zhvillimit të vendit.

[2] https://www.worldbank.org/en/country/albania/overview#3

Ekonomia ka të ngjarë të vuajë si nga një goditje e kërkesës, e nxitur nga përhapja e virusit në të gjithë BE-në, ashtu edhe nga një goditje e furnizimit, pasi furnizimi me punë mbetet i kufizuar për shkak të masave të distancimit social.

Borxhi publik pritet të rritet në vitin 2020, pasi deficiti u rrit në 3.9 përqind të PBB-së duke shërbyer si kundërpeshë për humbjen e të ardhurave për shkak të epidemisë dhe të rindërtimit pas tërmetit. Varfëria monetare pritet të bjerë ngadalë me afërsisht 1 përqind në vit nëse nuk vendoset një rritje më e madhe në të ardhurat e punës për të varfërit.

Një rënie më e mprehtë dhe më e qëndrueshme e çmimeve të naftës do të thellojë recesionin në vitin 2020, duke rritur më tej borxhin publik ndaj PBB-së dhe duke e detyruar qeverinë të vonojë shpenzimet e rindërtimit.

Kërkesa e dobët globale, e pasqyruar në çmime më të ulëta të produkteve dhe një rënie të vazhdueshme të çmimeve të naftës, do të godiste gjithashtu industrinë naftënxjerrëse të vendit, me pasoja të rëndësishme fiskale dhe ekonomike. Vonesat në zbatimin e programit të rindërtimit mund të ushqejnë pasigurinë e brendshme dhe konsumin e ulët.

Tregu i Punës në Shqipëri

Ndërsa tregu i punës është përmirësuar, nevoja për më shumë vende pune dhe vende më të mira pune vazhdoi të ishte shqetësim kryesor gjatë të gjithë kësaj periudhe.

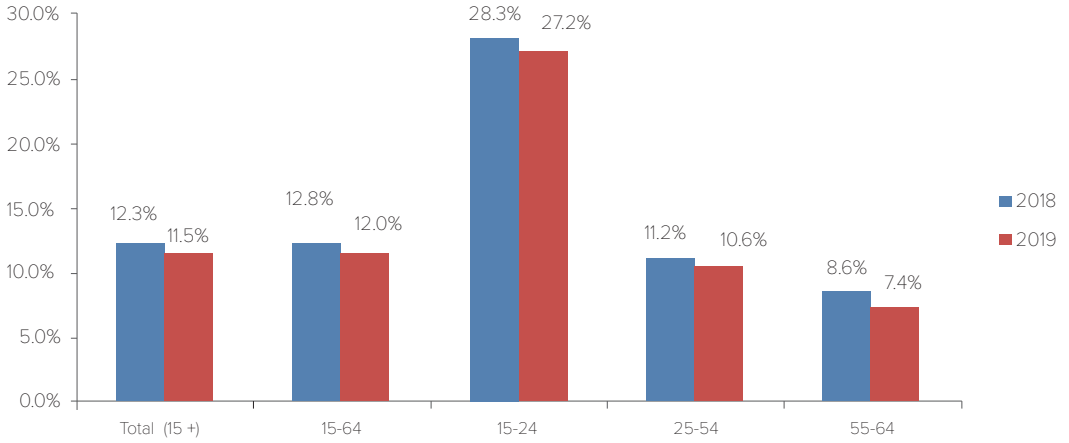
Krijimi i vendeve të punës u përshpejtua nga një mesatare prej 3 përqind në vit gjatë 2010-2014 dhe në 4 përqind gjatë 2015-2019. Deri në vitin 2019 Shqipëria kishte nivelin më të lartë të punësimit në Ballkanin Perëndimor me 53.8 përqind.

Më shumë vende pune dhe paga më të larta rritën të ardhurat e punëtorëve në 40 përqindshin e fundit të shpërndarjes së të ardhurave dhe kontribuan në uljen e varfërisë. Sidoqoftë, sfida e punës së Shqipërisë mbeti e rëndësishme gjatë kësaj periudhe. Shkalla e pjesëmarrjes në fuqinë punëtore mbeti e ulët në 52.5 përqind në 2019. Shkalla e papunësisë mbeti e lartë, me 11.5 përqind në fund të vitit 2019 (megjithëse nën mesataren e BB[6] prej 15.9 përqind). Pjesa më e madhe e fitimeve të krijimit të vendeve të punës të regjistruara në këtë periudhë ishin përqendruar në sektorë me sofistikim të ulët, si prodhimi bazë i tekstileve, shërbimet e mbështetjes administrative si dhe ndërtimi. Mungesa e mundësive të punës ishte shqetësim kryesor për qytetarët në të gjithë vendin. Sipas barometrit 2018 në Ballkan, rreth 30 përqind e të anketuarve në Shqipëri përmendën papunësinë si shqetësimin e tyre kryesor dhe 66 përqind e konsideruan mungesën e vendeve të përshtatshme të punës si pengesën më të madhe për sigurimin e punësimit në vend. Duke pasur parasysh këto sfida të vendeve të punës, shumë shqiptarë të rinj dhe të kualifikuar vazhduan t'i drejtohen emigrimit.

Bazuar në Instat, *Anketa e Tregut të Punës 2019* gjatë vitit 2019[3] , sipas vlerësimeve të Anketës së Fuqisë së Punës 2019:

[3] http://www.instat.gov.al/media/6943/njoftim-per-media-lfs-vjetore-2019_eng.pdf

- Forca e punës është 1,430,000 persona. Femrat zënë 44.4% të forcës së punës dhe meshkujt 55.6% të saj.
- Të punësuar janë 1,266, 000 persona, nga të cilët femrat zënë 44.5% dhe meshkujt 55.5%.
- Numri i të papunëve vlerësohet në 165,000 persona, nga të cilët 44.0% janë femra dhe 56.0% janë meshkuj.



Source: INSTAT, Labour Force Survey

Figura 3. Përqindja e papunësisë sipas grup-moshave, 2019

Shkalla zyrtare e papunësisë, për popullsinë 15 vjeç e lart, është 11.5% duke u ulur me 0.8 pikë përqindje krahasuar me 2018. Për meshkujt, shkalla e papunësisë është 0.2 pikë përqindje më e lartë se për femrat. Shkalla e papunësisë tek të rinjtë (15-24 vjeç) është 27.2%, (27.8% për meshkujt dhe 26.3% për femrat).

Krahasuar me vitin e kaluar, shkalla e papunësisë së të rinjve është ulur me 1.1 pikë përqind.

Bazuar në Figurën 4, shkalla e papunësisë sipas gjinisë tregon se niveli i papunësisë tek gratë është më i madh në çdo grupmoshë dhe gjithashtu në çdo tremujor duke filluar nga tremujori i parë i 2018-ës.

Shkalla e papunësisë

Age	Sex	Tr. 1.2018 Q1.2018	Tr. 2.2018 Q2.2018	Tr. 3.2018 Q3.2018	Tr. 4.2018 Q4.2018	Tr. 1.2019 Q1.2019	Tr. 2.2019 Q2.2019	Tr. 3.2019 Q3.2019	Tr. 4.2019 Q4.2019	Tr. 1.2020 Q1.2020	Tr. 2.2020 Q2.2020	Tr. 3.2020 Q3.2021
15 years and above	*Total*	12.5	12.4	12.2	12.3	12.1	11.5	11.4	11.2	11.4	11.9	11.6
	Men	12.6	12.9	12.6	12.5	12.2	11.6	11.4	11.3	11.0	12.0	11.4
	Women	12.3	11.8	11.7	11.9	11.9	11.4	11.4	11.0	11.9	11.9	11.8
15-64 years	*Total*	13.0	12.9	12.7	12.7	12.6	12.0	11.8	11.6	11.9	12.5	12.1
	Men	13.2	13.5	13.1	13.0	12.8	12.1	11.9	11.8	11.5	12.6	11.9
	Women	12.7	12.2	12.1	12.3	12.3	11.8	11.8	11.4	12.4	12.4	12.3
15-29 years	*Total*	24.5	22.6	23.2	22.3	22.2	20.9	21.4	21.4	20.0	21.4	20.7
	Men	24.2	23.4	22.8	22.4	22.4	21.0	20.6	21.2	19.9	21.9	20.3
	Women	24.9	21.5	23.8	22.2	21.9	20.8	22.4	21.5	20.2	20.8	21.4
30-64 years	*Total*	9.2	9.6	8.9	9.2	9.1	8.8	8.5	8.3	9.1	9.5	9.0
	Men	9.3	9.7	9.2	9.4	9.1	8.8	8.8	8.5	8.4	9.3	8.8
	Women	9.0	9.5	8.5	8.9	9.1	8.8	8.1	7.9	9.8	9.8	9.4

Labour Force Survey, Q1.2018-Q3.2020

Tabela 1. Përqindja e papunësisë sipas gjinisë, 2019

Konteksti i Biznesit Privat

Shqipëria bëri përparim thelbësor në uljen e varfërisë para krizës së vitit 2008 dhe ndërmjet viteve 2014 dhe 2019.

Shqipëria bëri përparim thelbësor në uljen e varfërisë para krizës së vitit 2008 si edhe ndërmjet viteve 2014 dhe 2019. Midis 2002 dhe 2008 varfëria u ul me 18 pikë përqindje (një e treta e totalit), kryesisht për shkak të rritjes së përshpejtuar të fitimeve të punës nga zgjerimi i shpejtë i sektorit të ndërtimit dhe shërbimeve. Pas vitit 2009, rreth një e pesta e uljes së varfërisë u përmbys gjatë krizës financiare globale dhe krizës së Eurozonës dhe deri në vitin 2012, varfëria ishte rritur në 39 përqind të popullsisë. Një rikuperim gradual që nga viti 2014 filloi ta përmbysë këtë trend, dhe varfëria ra lehtë deri në vitin 2017 (viti i fundit i të dhënave në dispozicion - shih Figurën 2). Inkurajimi i zhvillimeve në tregun e punës me krijimin e përshpejtuar të vendeve të punës dhe rritjen e pagave treguan se ulja e varfërisë mund të ishte përshpejtuar pas vitit 2018.

Bazuar në Figurën 4, 3 (tre) kontribuesit kryesorë të sektorit privat në PBB janë:

Bujqësia, pyjet, peshkimi - 18.44%

Tregtia, transporti, akomodimi, aktivitetet e shërbimit të ushqimit – 16.40%

Industria – 12.29%

Figura 4. Struktura e degeve te ekonomisë te PBB, Burimi INSTAT 2019

Ndërkohë, përqindja e grave si administratore ose pronare të biznesve private aktive paraqitet në Figurën 6, të grupuara sipas rajoneve ku Tirana kryeson me 32.17% në 2019, ndjekur nga Lezha me 28.92% dhe Durrësi me 28.56%.

Përqindja e grave pronare / administratore						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Rajonet	Ndërmarrjet aktive					
Total	28.46%	31.33%	26.76%	29.67%	25.69%	25.38%
Rajoni 1 - AL1	26.28%	29.33%	26.34%	29.49%	25.70%	25.70%
Dibër	18.67%	25.82%	24.02%	27.22%	22.74%	22.74%
Durrës	27.56%	29.94%	28.45%	32.52%	28.56%	28.56%
Kukës	15.64%	21.84%	17.75%	23.95%	19.00%	19.00%
Lezhë	28.63%	32.25%	30.02%	31.70%	28.92%	28.92%
Shkodër	27.69%	29.25%	24.01%	26.59%	22.82%	22.82%
Rajoni 2-AL2	30.03%	32.72%	31.17%	34.27%	30.49%	30.49%
Elbasan	25.65%	29.30%	24.79%	28.96%	23.74%	23.74%
Tiranë	30.72%	33.45%	32.76%	35.56%	32.17%	32.17%
Rajoni 3-AL3	27.17%	30.84%	22.03%	24.60%	20.40%	20.40%
Berat	28.57%	30.34%	19.73%	22.73%	18.05%	18.05%
Fier	26.58%	31.80%	20.36%	22.90%	18.52%	18.52%
Gjirokastër	24.02%	29.75%	24.35%	26.70%	22.83%	22.83%
Korçë	26.88%	28.31%	18.62%	21.79%	18.23%	18.23%
Vlorë	28.26%	32.34%	29.81%	31.36%	27.32%	27.32%

Tabela 2. Përqindja e grave pronare/Administratore

Përqindjet në Tabelën 2 gjenerohen nga Tabela 3.

	2014		2015		2016		2017		2018		2019	
Rajoni	**Ndërmarrje aktive**	**Ndërmarrje me pronare / administrator femër**	**Ndërmarrje aktive**	**Ndërmarrje me pronare / administrator femër**	**Ndërmarrje aktive**	**Ndërmarrje me pronare / administrator femër**	**Ndërmarrje aktive**	**Ndërmarrje me pronare / administrator femër**	**Ndërmarrje aktive**	**Ndërmarrje me pronare / administrator femër**	**Ndërmarrje aktive**	**Ndërmarrje me pronare / administrator femër**
Total	**112537**	**32023**	**152288**	**47706**	**160679**	**43003**	**162452**	**48193**	**162835**	**41825**	**162342**	**41209**
Rajoni 1 -AL1	**21644**	**5689**	**32719**	**9596**	**34924**	**9199**	**34772**	**10255**	**34522**	**8871**	**33569**	**8454**
Dibër	2164	404	2850	736	2935	705	2906	791	2916	663	2889	645
Durrës	9578	2640	13125	3930	13310	3787	12963	4216	12921	3690	12480	3450
Kukës	1068	167	1543	337	1780	316	1946	466	1974	375	2034	388
Lezhë	3388	970	4902	1581	5550	1666	5354	1697	5402	1562	5167	1495
Shkodër	5446	1508	10299	3012	11349	2725	11603	3085	1130 9	2581	10999	2476
Rajoni 2 -AL2	**57326**	**17213**	**65730**	**21508**	**66706**	**20795**	**67492**	**23129**	**67186**	**20485**	**67048**	**20539**
Elbasan	7859	2016	11493	3367	13301	3297	13201	3823	13419	3186	13441	3156
Tiranë	49467	15197	54237	18141	53405	17498	54291	19306	53767	17299	53607	1738 3
Rajoni 3 -AL3	**33567**	**9121**	**53839**	**16602**	**59049**	**13009**	**60188**	**14809**	**61127**	**12469**	**61725**	**12216**
Berat	4302	1229	7205	2186	8300	1638	8763	1992	9035	1631	9131	1602
Fier	9693	2576	19199	6106	20497	4174	20818	4767	21631	4006	22489	3997
Gjirokastër	2681	644	3661	1089	4600	1120	4847	1294	4771	1089	4721	1057
Korçë	7311	1965	11609	3287	14032	2613	13814	3010	14035	2559	14099	2520
Vlorë	9580	2707	12165	3934	11620	3464	11946	3746	11655	3184	11285	3040

Tabela 3. Ndërmarrjet aktive / Ndërmarrjet aktive me pronare / administratore femra (burimi: INSTAT)

Tërmeti dhe ndikimi i Covid-19 tek Biznesi Privat

Në nëntor 2019, Shqipëria u godit nga një tërmet shkatërrues.

Tërmeti 6.3 i shkallës Rihter shkaktoi 51 viktima. 17,000 njerëz humbën shtëpitë e tyre. Dëmet në pasuritë fizike dhe humbjet ishin rreth 7.5 përqind të PBB-së. Dëmet arritën në 26.4 përqind të formimit bruto të kapitalit fiks 2018. Turizmi dhe strehimi u goditën më rëndë, megjithëse ndërtesat që kishin të bënin me arsimin, shëndetësinë dhe infrastrukturën tjetër publike dhe prodhimin u dëmtuan gjithashtu. Duke pasur parasysh thatësirën dhe heqjen gradualisht të projekteve të mëdha të energjisë në 2019 dhe ndikimin shkatërrues të tërmetit në tremujorin e fundit të vitit (kontraktimi i konsumit dhe investimeve në mënyrë dramatike), rritja e përgjithshme e PBB-së u ngadalësua nga 4.1 përqind në 2018 në 2.2 përqind në 2019.

Vendi filloi të hapë gradualisht kufijtë dhe aktivitetin ekonomik në mes të majit 2020, duke lejuar që shumica e biznesit të rifillojë (megjithëse u nënshtrohet kufizimeve të shëndetit publik). Deri në 30 tetor 2020, Shqipëria raportoi 20,634 raste dhe 502 vdekje të konfirmuara - me një rritje në raste pasi masat e shëndetit publik u relaksuan pjesërisht në fillim të verës dhe një rritje të mëtejshme të rasteve ditore që nga fillimi i vjeshtës. Shërbimet kryesore si udhëtimi jashtë vendit dhe turizmi mbeten të dobëta. Duke pasur parasysh ndërprerjet dhe pasiguritë për të ardhmen, familjet dhe bizneset i kanë shtyrë për më vonë shpenzimet, që nuk janë thelbësore. Porositë e eksportit janë ulur ndjeshëm përballë zhvendosjeve të rënda ekonomike në partnerët kryesorë tregtarë, përfshirë Italinë.

Rindërtimi pas tërmetit ishte gati të fillonte që në vitin 2020, por pandemia COVID-19 e zhyti vendin në një krizë të paprecedentë të shëndetit publik, e cila vijon edhe tani.

Konferenca e donatorëve në shkurt 2020 mblodhi 1.15 miliardë euro për rindërtimin, por Shqipëria u godit nga pandemia globale COVID-19 në mars 2020, si shumica e botës. Për të frenuar përhapjen e virusit, Shqipëria urdhëroi bllokimin e përkohshëm të sektorëve kryesorë ekonomikë (si restorantet, teatrot dhe tregtinë jothelbësore), kufizoi lëvizjen e njerëzve, si edhe vendosi kufizime të udhëtimit të brendshëm dhe ndërkombëtar. Shumë industri (përfshirë tekstilet, minierat, qendrat e thirrjeve dhe ndërtimet) - edhe nëse lejohen akoma të operojnë - u detyruan të kufizojnë biznesin në përputhje me kërkesat e distancimit social dhe kufizimet e lëvizjeve.

Sidoqoftë, situata pandemike është ende në vazhdim me shumë ndikim negativ në industrinë e HORECA, turizmin dhe kryesisht në shpresën dhe besimin e njerëzve për të ardhmen.

Raporti është miratuar bazuar në metodologjinë e CMMI (Integrimi i Modelit të Maturimit të Kapacitetit) për shërbimet. Përbëhet nga tre hapa kryesorë:

Secili prej këtyre hapave përshkruhet më hollësisht në seksionet e ardhshme të raportit.
Ky proces i përgjithshëm u finalizua me listën përfundimtare të kompanive pararojë.

1 Përzgjedhja fillestare e 100 kompanive bazuar në kriteret e para të skanimit.

2 Përgatitja e sondazhit.

3 Shpërndarja e sondazhit tek të gjitha kompanitë përmes postës elektronike.

4 Mbledhja e përgjigjeve dhe përgatitja e një liste me 31 kompani që u përgjigjën.

5 Skanimi i 31 ndërmarrjeve, kryerja e një përzgjedhjeje tjetër (disa prej kompanive nuk kishin emrat, dhe informacione të tjera të rëndësishme), dhe përgatitja e një liste me 23 kompani.

6 Përgatitja e Matricës së Vlerësimit dhe zbatimi i saj për të 23 kompanitë.

7 Renditja e tyre bazuar në rezultatet e vlerësimit.

8 Lista e kampionëve të fundit.

Rezultatet e këtij procesi janë paraqitur në skedarin Excel i cili shoqëron këtë raport dhe detajet e këtij procesi janë paraqitur në seksionet vijuese.

Grupi dhe Partnerët

Partneri kryesor i ekipit DMCS-së është Bashkimi i Dhomave të Tregtisë dhe Industrisë e menaxhuar nga Znj. Ines Muçostepa.

Bashkimi i Dhomave të Tregtisë dhe Industrisë së Tiranës koordinon punën e Dhomave të Tregtisë dhe Industrisë në nivel kombëtar.

Bashkimi i Dhomve të Tregtisë së Tiranës ka mision të:

- Të përfaqësojë dhe promovojë interesat e përgjithshëm të dhomave për zhvillimin e tregtisë

[10] http://uccial.al/

dhe industrisë në nivelin kombëtar;

- të promovojë marrëdhëniet midis dhomave dhe marrëdhëniet e tyre me organizmat simotra të vendeve të tjera;

- të mbledhë, përpunojë dhe shpërndajë të dhënat e tregtisë në shkallë vendi, duke krijuar sistemin e vet të të dhënave për tregtinë dhe industrinë;

- të marrë të dhëna të vazhdueshme nga gjykata për situatën dhe ndryshimet në regjistrin tregtar;

- të organizojë, administrojë dhe financojë ekspozita dhe panaire, kurse dhe trajnime në nivel kombëtar, si dhe çdo aktivitet tjetër në interes të Dhomave të Tregtisë dhe Industrisë;

- të japë mendime, propozime dhe të bëjë vlerësime për iniciativat ligjore ose politikat publike të ndërmarra nga qeveria, përmbajtja e të cilave lidhet me interesat e anëtarëve të saj.

Mbledhja e të Dhënave dhe Kërkimi

Studimi i tregut kryhet bazuar në të dhënat parësore dhe dytësore. Ekziston një listë me rreth 100 kompani (të renditura në Shtojcën D), të cilat u zgjodhën nga ekipi për procesin e skanimit.

Kryesorët ishin:

1. Një listë paraprake nga UNFPA-ja
2. Partneri ynë, Unioni i Dhomave të Tregtisë
3. Një listë e gjeneruar nga disa Shoqata të Biznesit Shqiptar dhe Dhomat e Tregtisë (të renditura në Shtojcën C)
4. Lidhjet direkte nga kompania DM Consulting Services / duapune.com
5. Burime të tjera

I gjithë hulumtimi dhe analiza fillestare u krijua përmes lenteve gjinore; dimensionet gjinore u hulumtuan dhe vlerësuan kudo që ishte e mundur. Të gjitha ndërmarrjet e zgjedhura plotësuan kushte të caktuara si shpërndarja gjeografike, numri i të punësuarve, numri i punonjësve femra, industria, etj.

Bazuar në ato kritere, u krijua një listë e parë me 100 biznese për përpunim të mëtejshëm. Lista ka informacione të përgjithshme për kompanitë, përfshirë emrin e personit të kontaktit dhe postën elektronike të saj që po përdoret për shpërndarjen e sondazhit.

Anketimi Online

Më pas, u përgatit një studim siç tregohet në Shtojcën **A**, me Formularë "Google". Sondazhet online kanë kosto më efektive dhe mund të arrijnë numrin maksimal të njerëzve në krahasim me mënyrat e tjera.

Sondazhi është organizuar në seksionet vijuese:

- Informacione të përgjithshme në lidhje me kompaninë, madhësinë e saj, strukturën e punonjësve, shpërndarjen e moshës, shpërndarjen gjinore, industrinë, vendndodhjen, etj.
- Politikat dhe zotimet për çdo politikë në lidhje me gjininë, kujdesin familjar, etj.
- Angazhimi i ndërmarrjes në lidhje me politikat e rekrutimit gjinor.
- Struktura e pronësisë (publike, private etj.)

E-maili me sondazhin iu dërgua të 100 kompanive të zgjedhura paraprakisht përmes MadMimi, një platformë elektronike për shpërndarjen e informacionit, sondazhit dhe / ose gazetave duke përdorur e-mailin. 31 përgjigje u morën nga kompanitë dhe rezultatet tregohen në vijim:

Nga 100 kompani, u morën 31 përgjigje si më poshtë:

Seksioni i Përgjithshëm

Numri i përgjithshëm i punonjësve me kohë të plotë:

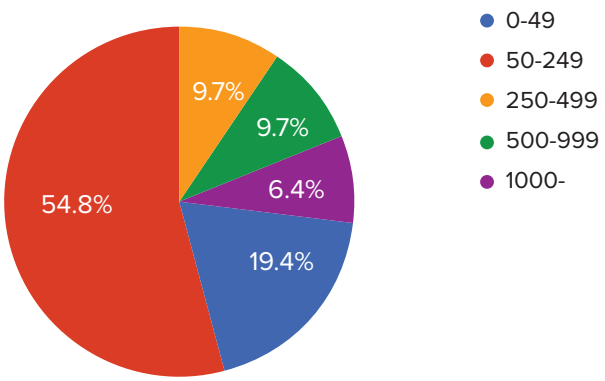


Figure 5: Total number of full-time employees

Përqindja e punonjëseve femra në total

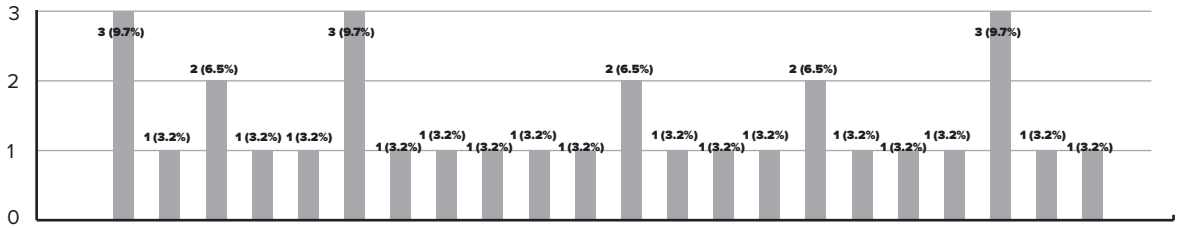


Figura 6: Përqindja e punonjësve femra në total

Sa menaxherë janë në kompaninë tuaj që kanë të paktën 5 punonjës që raportojnë drejtpërdrejt tek ata?

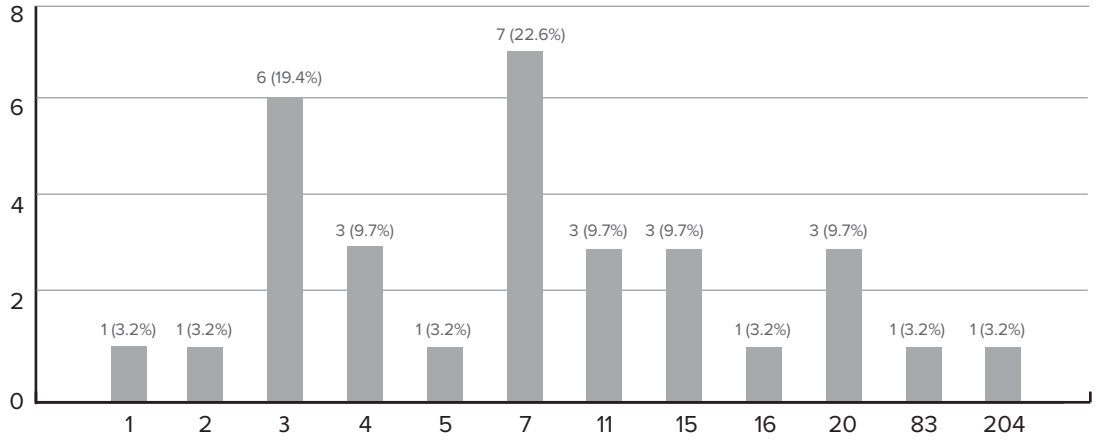


Figura 7: Totali i Menaxherëve me 5 punonjës

Sa prej këtyre menaxherëve janë femra?

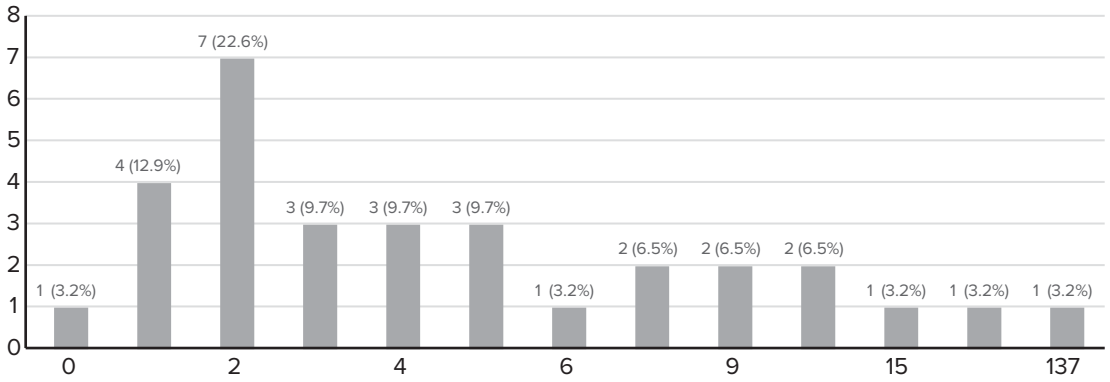


Figura 8: Përqindja e menaxhereve femra

Prejardhja / gjuha
Sa punonjës me prejardhje të huaj (të lindur në një vend tjetër ose të dy prindërit nga një vend tjetër)?

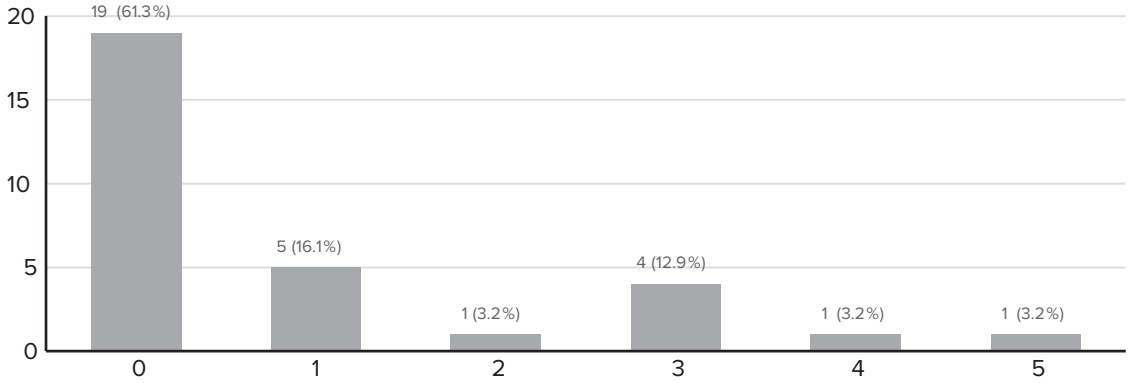


Figura 9: Numri i përgjithshëm i të punësuarve me prejardhje të huaj

Fusha kryesore e biznesit / industrisë

Automjete
Ndërtim, Turizëm
Tregti me shumicë dhe pakicë
Mjekësi
TIK
Prodhim
Teknologji
Shitje dhe Shpërndarje
Konsulencë: Mjedis, Inxhinieri, Arkitekturë, Forcim Kapacitetesh, etj.

Tabela 4: Industritë kryesore

Globale / E brendshme

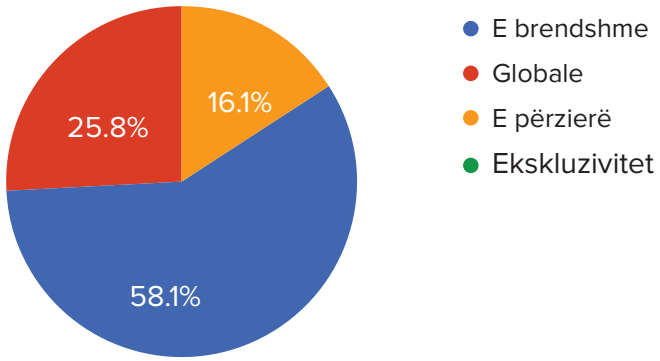


Figura 10: Përqindja globaleve / shtëpiake

A keni degë në vende të tjera?

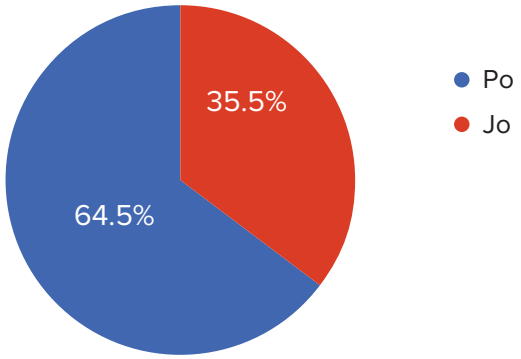


Figura 11: Përqindja e ndërmarrjeve me degë

Nëse po, ju lutemi specifikoni

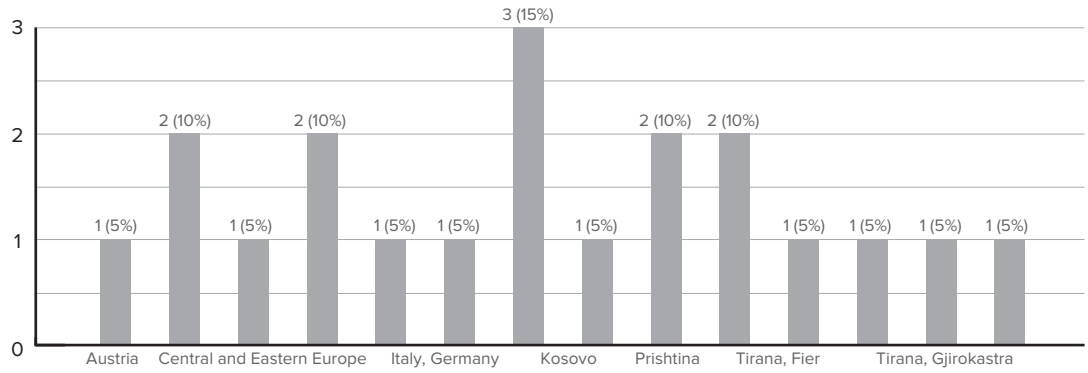


Figura 12: Vendndodhja e degëve

Politikat dhe angazhimi

Politikat

A ka kompania politikë për barazinë gjinore? Apo gjinia përmendet në qëllime dhe udhëzime nëse politika nuk është e zakonshme?

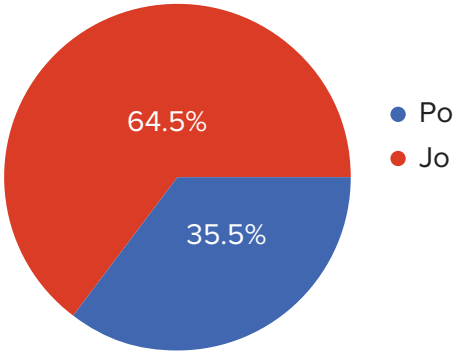


Figura 13: Politikat gjinore të kompanisë

A u jepni kontribut financiar punonjësve gjatë lejes që marrin punonjësit që janë prindër?

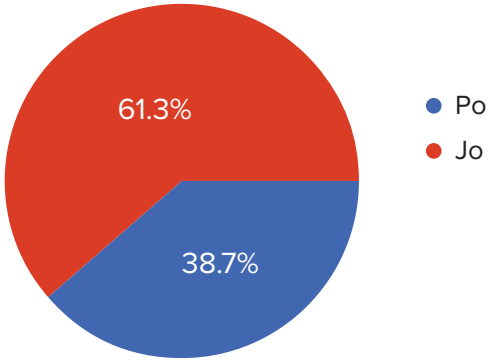


Figura 14: Kontributi financiar gjatë pushimit prindëror

A keni ndonjë lloj programi / politikë të lejes prindërore?

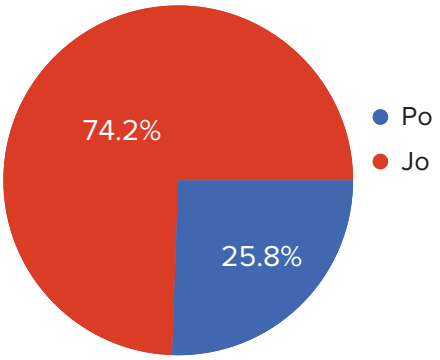


Figura 15: Programet / politikat e pushimit prindëror

Angazhimi

Sipas gjykimit tuaj, cili është angazhimi i kompanisë suaj për programet / ose iniciativat e barazisë gjinore në vendin e punës?

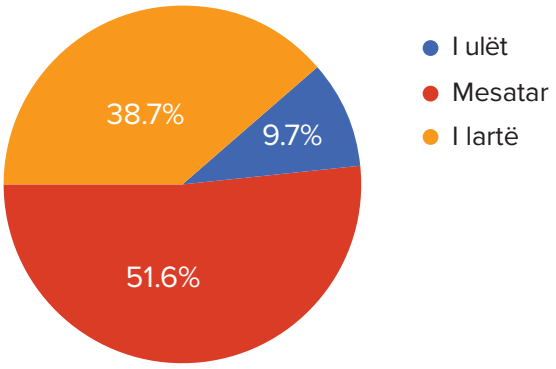


Figura 16: Angazhimi i kompanisë drejt barazisë gjinore

Struktura e Pronësisë

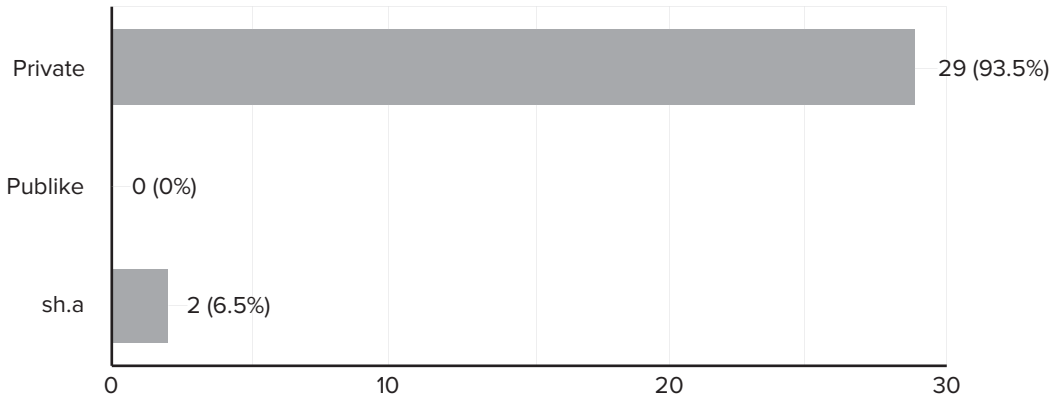


Figura 17: Struktura e pronësisë

Analiza e të Dhënave

Në vijim gjeni një përmbledhje të shkurtër të hapave të ndërmarrë nga DMCS për zgjedhjen e listës përfundimtare të kompanive pararojë.

Detajet në lidhje me të janë paraqitur në skedarin Excel, por këtu janë rezultatet:

Nga 31 përgjigjet e marra në pyetësorin e dërguar me e-mail, ekipi DMCS analizoi përgjigjet, i kontaktoi ata drejtpërdrejt, me disa prej tyre përmes telefonit dhe në disa raste edhe personalisht, duke respektuar rregullat e mbrojtjes dhe parandalimit të Covid19.

Për rrjedhojë, nga 31 u përzgjodhën 23 për analiza dhe vlerësime të mëtejshme, bazuar në sistemin tonë të vlerësimit të matricës (shih pjesën më poshtë). Detajet e Matricës së Vlerësimit dhe procesi i përzgjedhjes përshkruhet në skedarin Excel që shoqëron raportin.

Gjetjet e kësaj ankete janë përqendruar në pyetjet që lidhen me politikat dhe angazhimet e kompanisë. Këta janë gjithashtu tregues të Matricës së Vlerësimit.

Në përgjithësi, nga 23 përgjigje, rezultatet tregojnë se ka vend për përmirësim dhe ndërhyrje.

Politikat dhe Angazhimi	**Sa janë "po" nga 23 (në %)**
A keni politikë të kompanisë për barazinë gjinore? Apo gjinia përmendet në qëllime dhe udhëzime nëse politika nuk është e zakonshme?	36%
A u jepni kontribut financiar punonjësve gjatë pushimit prindëror?	32%
A keni ndonjë lloj programi / politikë të pushimit prindëror?	23%
Angazhimi	
Sipas gjykimit tuaj, cili është angazhimi i kompanisë suaj për programet / ose iniciativat e barazisë gjinore në mjedisin e punës?	Kryesisht në nivel mesatar
Angazhimi i kompanisë	
A e konsideron kompania shpesh here mundësinë se si të rekrutojë më shumë gra?	50%
A keni baballarë mes menaxherëve që kanë marrë leje prindërore?	27%
A ofroni ndonjë mbështetje praktike për prindërit që punojnë? Shihni shembujt më poshtë:	82%
Orët fleksibile të punës	82%
Punoni në shtëpi nëse një fëmijë është i sëmurë	86%
Takimet vetëm pas orës 09:00 dhe para 3 pasdite	56%
Periudhat fleksibile të pushimit prindëror	39%
Më shumë mundësi pune me kohë të pjesshme sesa kërkohet nga ligji	50%
Rutinat e përgjithshme para-gjatë-pas një leje prindërore	68%
Program i brendshëm për punonjësit në pushim prindëror	23%
Perkujdesja e fëmijëve ose oferta për kopshte/cerdhe për fëmijët e punonjësve	0%
Ndihmë për pastrimin / mirëmbajtjen e shtëpisë	0%
Studimi për fëmijët e shkollës	5%
Unë ofroj pajisje për çerdhe / kopsht në ambientet e ndërmarrjes	5%

Tabela 5: Përgjigjet kryesore

Sfidat

Situata e përgjithshme ekonomike në Shqipëri për shkak të tërmetit të nëntorit 2019 dhe pandemisë së Covid19-s po përkeqësohet dhe kjo ka zhvendosur interesat parësore të kompanive në modele kryesisht për mbijetesë e jo për rritje.

Bazuar në burimet e ndryshme të informacionit, përfshirë INSTAT-in, më të prekurit në këtë periudhë ishin sektorët e agjencive të udhëtimit, shpërndarjes, eksport-importit, baret dhe restorantet, si edhe hotelet. Më pak të prekur në këtë periudhë, sipas të dhënave të INSTAT-it, ishin sektorët e informacionit dhe komunikimit.

Gjatë procesit të skanimit të kompanive, konsulentët u përballën me disa sfida:

- Kompanitë u përqendruan në ndikimin e Covid19 dhe shumë prej tyre as nuk iu përgjigjën sondazhit, as nuk shprehën vullnet për të bashkëpunuar pas kontaktit të drejtpërdrejtë. Covid19 ka shkaktuar pasiguri për të tashmen dhe të ardhmen.

- Kompanitë janë "lodhur" dhe "mërzitur" nga sondazhet dhe thirrjet për bashkëpunim nga donatorët apo organizatat e tjera lokale. Kishte shumë sondazhe që qarkullonin gjatë kësaj periudhe.

- Kur ata u shprehën se ishin dakord të plotësonin formularin, shprehën shqetësim për kostot që mund të kishte në rast se zgjidhen në listën e kompanive pararojë.

- Ka mungesë të sistemit të automatizuar të burimeve njerëzore brenda kompanive. Për rrjedhojë kompanitë nuk janë në gjendje të gjenerojnë të dhëna të duhura për shkak të qasjes së lehtë në informacion.

Ekziston gjithmonë një nivel i caktuar pasigurie për nivelin e tyre të angazhimit edhe nëse ata zgjidhen në listën e kompanive pararojë për shkak të pasigurisë së Covid19 ose çështjeve të tjera ende të paidentifikuara.

Matrica e Vlerësimit

Matrica e vlerësimit është ndërtuar mbi 25 tregues të marrë nga pyetjet e sondazhit me peshë dhe përqindje, bazuar në rëndësinë dhe ndikimin e treguesit në profilin e kompanisë. Nëse pesha dhe përqindja do të rishikohen, kjo do të ketë ndikim në renditjen e rezultateve.

Llogaritja e pikëve është: Rezultati = Shuma e treguesve (Përqindja e shumëfishtë sipas peshës) Renditja është bërë sipas pikëve.

Treguesit janë grupuar në bazë të rëndësisë dhe peshës për secilin grup, si më poshtë:

Nr.	Treguesi kryesor	Pesha në përqindje
1	Numri i punonjesve	10%
2	Përqindja femra	10%
3	Përqindja e menaxhereve femra	5%
4	Industria	5%
5	Globale / e Brendshme	5%
6	Vendndodhja	5%
7	Politikat dhe Angazhimi (17 tregues) - 2.06% secila	35%
8	Angazhimi i ndërmarrjes	10%
9	Angazhimi i menaxhimit	15%
	Totali	100%

Tabela 6: Treguesit kryesorë të Matricës së Vlerësimit

Matrica e detajuar e vlerësimit tregohet në Shtojcën B.

Kompanitë e Përzgjedhura

Tabela e mëposhtme paraqet hapat që janë ndërmarrë deri në zgjedhjen e listës përfundimtare të kompanive pararojë.

Hapi	Përshkrimi	Shikoni referencën
1	Përzgjedhja e 100 kompanive bazuar në disa kritere të skanimit	Shtojca D
2	Përgatitja e sondazhit online	Shtojca A
3	Lista e 31/100 të cilat u përgjigjën	Tabela 8. Lista e 31 kompanive
4	Lista e 23/31 te përzgjedhur paraprakisht për shkak të dyfishimit	Tabela 9. Lista e 23 kompanive
5	Vlerësimi bazuar në Matricën e Vlerësimit	Shtojca B
6	Lista përfundimtare e kompanive pararojë	Tabela 10. Lista përfundimtare

Tabela 7: Hapat e proçesit përfundimtar të përzgjedhjes

Nr.	Emri i Kompanisë	Industria	Vendndodhja
1	Globe	Shitje dhe shpërndarje	Tirane
2	Abcons	Konsulencë	Tirane
3	Kadiu	Automobilistik	Tirane
4	Communication Progress	TIK	Tirane
5	BroTech ose FM Reklama	Reklamim	Tirane
6	INCA Fish	Peshkimi	Lezhe
7	AgiKons	Ndertim	Tirane
8	Efa Solution	Prodhimi i këpucëve	Tirane
9	A.M.G Food	Ushqim	Tirane
10	GECI	Ndërtim / Turizëm	Tirane
11	Digicom	Telekomunikacioni	Tirane
12	Gotech Electronics	Ndërtim / Turizëm	Tirane
13	HAKO SHPK	Përpunimi i mishit	Tirane
14	DaVINCI Shpk	Shëndetësi	Tirane
15	ikubINFO	TIK	Tirane
16	Fix Pro	Përpunimi i mishit	Korce
17	Gotech Electronics	Shitje me shumicë / pakicë	Tirane
18	DaVINCI Shpk	Shëndetësi	Tirane
19	MAPO MEDIA	Media	Tirane
20	Gotech Electronics	Shitje me shumicë / pakicë	Tirane
21		Ndërtim / Turizëm	Tirane
22	DaVINCI Shpk	Shëndetësi	Tirane
23	Innovaway Albania shpk	TIK	Tirane
24	DaVINCI Shpk	Shëndetësi	Tirane
25	Agna Group	FMCG	Tirane
26	R&T	Shitje me pakicë	Tirane
27	Innovaway Albania shpk	TIK	Tirane
28	Golden Eagle shpk – Rogner Hotel Tirana	HORECA	Tirane
29	VEKO SHPK	Prodhim / Eksport / Import - Dru	Gjirokaster
30	Raiffeisen Bank	Bankare	Tirane
31	Matrix Konstruksion	Ndërtimi	Tirane

Tabela 8: Lista e 31 kompanive që u përgjigjën

Nr.	Emri i Kompanisë	Industria	Vendodhja
1	Globe	Shitje dhe shpërndarje	Tirane
2	Abcons	Konsulencë	Tirane
3	Kadiu	Automobilistik	Tirane
4	Communication Progress	TIK	Tirane
5	BroTech ose FM Reklama	Reklamim	Tirane
6	INCA Fish	Peshkimi	Lezhe
7	AgiKons	Ndertim	Tirane
8	Efa Solution	Prodhimi i këpucëve	Tirane
9	A.M.G Food	Ushqim	Tirane
10	GECI	Ndërtim / Turizëm	Tirane
11	Digicom	Telekomunikacioni	Tirane
12	Gotech Electronics	Ndërtim / Turizëm	Tirane
13	HAKO SHPK	Përpunimi i mishit	Tirane
14	ikubINFO	TIK	Tirane
15	Fix Pro	Përpunimi i mishit	Korce
16	MAPO MEDIA	Media	Tirane
17	Innovaway Albania shpk	TIK	Tirane
18	Agna Group	FMCG	Tirane
19	R&T	Shitje me pakicë	Tirane
20	Golden Eagle shpk – Rogner Hotel Tirana	HORECA	Tirane
21	VEKO SHPK	Prodhim / Eksport / Import - Dru	Gjirokaster
22	Raiffeisen Bank	Bankare	Tirane
23	Matrix Konstruksion	Ndërtimi	Tirane

Tabela 9: Lista e 23 kompanive pas heqjes së kompanive me informacion të paplotësuar

Lista përfundimtare e kompanive pararojë			
	Emri i Kompanisë	Industria	Vendndodhja
1	RZB	Bankare	Vienna
2	Efa Solution	Prodhimi i këpucëve	Tirana
3	ikubINFO	TIK	Tirana
4	VEKO SHPK	Prodhim / Eksport / Import - Dru	Tirana
5	R&T	Tregti, Ndërtim, Shitje me pakicë, Telco	Tirana
6	Agna Group	Shpërndarja FMCGS, dhe Prodhimi / Përpunimi	Tirana
7	Golden Eagle shpk – Rogner Hotel Tirana	HORECA	Tirana
8	Fix Pro	Industria e Përpunimit të Ushqimit	Korca
9	INCA Fish	Industria e Përpunimit të Ushqimit	Lezhe

Tabela 10: Lista përfundimtare e kompanive pararojë

Në mënyrë që informacioni të ishte tërësisht i përditësuar, në shkurt 2020 kompanive iu drejtua një kërkesë për numrin e punonjësve që ata kishin. Përgjigjet tregojnë se iniciativat dhe veprimet e përgjegjshme gjinore do të ndërmerren për mjedise pune më miqësore ndaj familjes, do të prekin gjithsej 3950 vetë.

Përqindja e punonjëseve (femra) që punojnë në kompanitë pararojë është 55%.

Emri i kompanise	Mosha-19 Total	Mosha-19 Mashkull	Mosha-19 Femër	Mosha 20-29 Total	Mosha 20-29 Mashkull	Mosha 20-29 Femër	Mosha 30-39 Total	Mosha 30-39 Mashkull	Mosha 30-39 Femër	Mosha 40-49 Total	Mosha 40-49 Mashkull	Mosha 40-49 Femër	Mosha 50-59 Total	Mosha 50-59 Mashkull	Mosha 50-59 Femër	Mosha 60+ Total	Mosha 60+ Mashkull	Mosha 60+ Femër	Totali i numrit të Punonjësve	Numri total i femrave	% e femrave
RZB	0	0	0	271	60	211	566	130	436	281	81	200	152	25	127	47	24	23	1317	997	76%
Efa Solution	36	36	0	182	46	136	222	28	194	242	9	233	62	7	55	3	1	2	747	620	83%
ikubINFO	0	0	0	101	56	45	51	23	28	5	5	0	6	4	2	1	0	1	164	76	46%
VEKO SHPK	0	0	0	35	15	20	38	25	13	40	25	15	28	20	8	8	7	1	149	57	38%
R&T	0	0	0	33	6	27	59	23	36	27	18	9	19	13	6	11	8	3	149	81	54%
Agna Group	16	16	0	315	244	71	352	292	60	207	189	18	138	118	20	47	40	7	1075	176	16%
Golden Eagle shpk – Rogner Hotel Tirana	1	1	0	29	17	12	15	8	7	17	4	13	53	33	20	6	3	3	121	55	45%
Fix Pro	0	0	0	35	30	5	40	30	10	32	24	8	21	18	3	7	6	1	135	27	20%
INCA Fish	0	0	0	16	9	7	27	5	22	26	4	22	18	4	14	6	4	2	93	67	72%
	53	53	0	1017	483	534	1370	564	806	877	359	518	497	242	255	136	93	43	3950	2156	

Tabela 11: Të dhënat të përditësuara mbi kompanitë pararojë

Profilet e Kompanive Pararojë

Raiffeisen BANK	**Raiffeisen Bank** https://www.raiffeisen.al/
Përshkrim	Fillimisht ishte e njohur si Banka e Kursimeve (Banka e Kursimeve të Shqipërisë), por pas blerjes së saj nga Raiffeisen Zentralbank (RZB) gjatë vitit 2004 [1] u bë Raiffeisen Bank. Që nga blerja, Raiffeisen ka zbatuar huazimin dhe shërbimet me pakicë, duke filluar me shërbimet e ATM dhe kartat e debitit, dhe më vonë aktivitete shtesë me pakicë. Banka po ndërton gjithashtu bizneset e saj të korporatave dhe NVM-ve.
Themeluar	1999
Numri i punonjësve	Numri i përgjithshëm i të punësuarve është 1317, nga të cilët 997 janë femra dhe 320 meshkuj. Grupmosha dominante në këtë kompani është 30-39 vjeç.
Shërbimet që ato ofrojnë	Financimi i investimeve Produktet e Financave të Tregtisë Produkte të menaxhimit të parave të gatshme Raiffeisen Bank ofron shërbimin e transferimit të parave për të gjithë klientët e saj në një mënyrë të thjeshtë, të sigurt dhe të shpejtë brenda llogarive bankare ose bankave të tjera (brenda ose jashtë Shqipërisë) Karta debiti Visa Business Contactless - Kartë Debiti Depozita

Tabela 12: Profili i kompanisë –Raiffeisen Bank

efasolution	**Efa Solution** https://www.efasolution.al/
Përshkrim	Efa Solution është një kompani e themeluar në prill 2015 që ofron një shërbim të kombinuar në sektorin e prodhimit të këpucëve. Ne jemi të specializuar në prodhim dhe ofrojmë zgjidhjen më të mirë të tregut përgjatë një proçesi të thjeshtë pune. Përvoja jonë në industri na lejon të sigurojmë njohuri dhe ekspertizë që vetëm një partner lokal i besueshëm mund t'i japë.
Themeluar	2015
Numri i punonjësve	Numri i përgjithshëm i të punësuarve është 747, nga të cilët 620 janë femra dhe 127 meshkuj. Grupmosha dominante në këtë kompani është 30-39 vjeç
Shërbimet që ato ofrojnë	Ne ofrojmë menaxhim të plotë për fillimin e bizneseve të huaja në sektorin e këpucëve në Shqipëri. 1) Konsulencë financiare dhe fiskale 2) Kuadri ligjor 3) Ekspertizimi dhe njohuria e doganave 4) Mbështetje për pasuritë e paluajtshme

Tabela 13: Profili i Kompanisë - Efa Solution

ikubINFO Software Engineering	**IkubInfo** https://ikubinfo.al/
Përshkrim	Me 25+ vjet përvojë biznesi të themeluesve dhe menaxherëve kryesorë të lartë, ikubINFO është bërë kompania kryesore e Inxhinierisë së Programeve në Shqipëri. Ekipi i fortë prej 150+ profesionistësh të çertifikuar në teknologjitë moderne është çelësi ynë i suksesit. Ndërsa konsolidojmë pozicionin tonë në Shqipëri si kompania lider në ofrimin e shërbimeve të inxhinierisë së programeve kompjuterikë për sistemet më të rëndësishme të e-Qeverisjes në Shqipëri, ne po zgjerojmë aktivitetet tona edhe në tregjet evropiane.
Themeluar	2011
Numri i punonjësve	Numri i përgjithshëm i të punësuarve është 164, nga të cilët 76 janë femra dhe 88 meshkuj. Grupmosha dominuese në këtë kompani është 20-29 vjeç.
Shërbimet që ato ofrojnë	Inxhinieria e softuerit Integrimi i sistemit Menaxhimi i Projektit Mirëmbajtja GIS - Sistemi i Informacionit Gjeografik Migrimi dhe optimizimi i të dhënave,Cloud Computing, etj.

Tabela 14: Profili i Kompanisë – Ikubinfo

VEKO	**VEKO** https://veko-al.com/
Përshkrim	Një identitet i veçantë korporatash me mbi 25 vjet njohuri teknologjike dhe kulturë artizanale. Në të vërtetë, është historia e një kompanie që filloi nga një madhësi dhe një mentalitet artizanal në gjysmën e dytë të viteve nëntëdhjetë, përmes parashikimit të zgjedhjeve të bëra nga prona, Vëllezërit Koca, ajo është transformuar thellësisht, duke u rritur për t'u bërë një të grupeve më të mëdha industriale në tregun e vështirë të industrisë së përpunimit të drurit dhe dizajnit të brendshëm dhe të jashtëm.
Themeluar	1993
Numri i punonjësve	Numri i përgjithshëm i të punësuarve është 149, nga të cilët 57 janë femra dhe 92 meshkuj. Grupmosha dominuese në këtë kompani është 40-49 vjeç.
Shërbimet që ato ofrojnë	Bashkëpunimi i mirë me shumë biznese, arkitektë, klientë dhe profesionistë, duke kombinuar drejtësinë, cilësinë, hulumtimin e tregut dhe investimet në teknologjinë më të përparuar, kanë sjellë realizimin me sukses të shumë projekteve të rëndësishme. Në më shumë se 25 vjet Veko është i pranishëm në shtëpi, zyra, hotele, bare, restorante, palestra, qendra tregtare etj.

Tabela 15: Profili i Kompanisë – Veko sh.p.k

	R&T https://www.rt-grp.com/
Përshkrim	R&T Group i themeluar në 1995 ka ofruar shërbime në Punët Civile / Inxhinierinë, Telekomunikacionin, Energjinë, Shpërndarjen, Transportin, Shërbimet e Menaxhimit, Zhvillimin e Infrastrukturës dhe Konsulencën e Biznesit / Menaxhimit për një gamë të larmishme të klientëve vendas dhe ndërkombëtarë.
Themeluar	1995
Numri i punonjësve	Numri i përgjithshëm i të punësuarve është 149, nga të cilët 81 janë femra dhe 68 meshkuj. Grupmosha dominante në këtë kompani është 30-39 vjeç.
Shërbimet që ato ofrojnë	Shpërndarja Ndërtimi Konsulencë IT & Telekomunikacion Restaurimi Aviacioni Civil Policia Shkencore Zgjedhjet

Tabela 16: Profili i Kompanisë – R&T Group

	Agna Group http://www.agnagroup.com/
Përshkrim	AGNA S.A u krijua si bashkim i ANONIME KAKAVI S.A dhe AGNA INVESTITOR. AGNA S.A ka dy divizione kryesore: shpërndarjen dhe pasuritë e paluajtshme. Ne punojmë me përgjegjësi, për një biznes që rritet vazhdimisht dhe kontribuon në një jetë më cilësore për punonjësit, partnerët dhe komunitetin, duke qenë gjithmonë një hap përpara të tjerëve.
Themeluar	1991
Numri i punonjësve	Numri i përgjithshëm i të punësuarve është 1075, nga të cilët 176 janë femra dhe 899 meshkuj. Grupmosha dominante në këtë kompani është 30-39 vjeç
Shërbimet që ato ofrojnë	Sillni së bashku një shishe, një distributor, reklamues, tregtar, ndërtues dhe agjent të pasurive të patundshme dhe do të keni AGNA Group. Në vitin 2010, AGNA Corp. u krijua si bashkimi i ANONIME KAKAVI S.A dhe AGNA INVESTITOR. AGNA Corporation ka dy divizone kryesore: shpërndarjen dhe pasuritë e paluajtshme. Në kushtet e ndërvarësisë ekonomike në të gjithë botën, biznesi mund të ndihmojë në konsolidimin e profilit ekonomik të vendit duke ndërtuar ura për investime të huaja dhe Agna Group sigurisht që e bën këtë.

Tabela 17: Profili i Kompanisë – AGNA Corp

ROGNER HOTEL TIRANA	**Golden Eagle shpk – Rogner Hotel Tirana** https://www.hotel-europapark.com/
Përshkrim	Hotel në qytet në mes të një kopshti, Hotel biznesi dhe hotel kopësht në të njëjtën kohë. Rogner Hotel Tirana dhe kopshti i tij i mrekullueshëm mesdhetar është një oaz relaksi dhe rekreacioni në zemër të kryeqytetit shqiptar, qytetit të Tiranës.
Themeluar	1990
Numri i punonjësve	Numri i përgjithshëm i të punësuarve është 121, nga të cilët 55 janë femra dhe 66 meshkuj. Grupmosha mbizotëruese në këtë kompani është 50-59 vjeç.
Shërbimet që ato ofrojnë	Dhoma dhe suita Aktivitete dhe Sport Salla Konferencash Kërkimi i konferencës Pajisjet e konferencës Trajtim kompliment SPA Ngjarjet Dasma Shërbimi i hotelierisë

Tabela 18: Profili i Kompanisë – Rogner Hotel Tirana

	Fix Pro http://sallamfix.al/
Përshkrim	FIX PRO sh.p.k. është një kompani që operon në industrinë e përpunimit të mishit, e cila ka dalë në treg që nga viti 2003. Teknologjia e përparuar e përdorur për prodhimin dhe paketimin e produkteve garanton një cilësi të lartë dhe shije unike dhe shumë të mirë të tyre, në përputhje me standardet e kërkuara nga sistemet e cilësisë, për këtë "FIX PRO" sh.p.k. mban Certifikatën EN-ISO-22000: 2005.
Themeluar	2003
Numri i punonjësve	Numri i përgjithshëm i të punësuarve është 135, nga të cilët 27 janë femra dhe 108 meshkuj. Grupmosha dominante në këtë kompani është 30-39 vjeç.
Shërbimet që ato ofrojnë	Shumëllojshmëria e produkteve të ofruara dhe gama e gjerë e aromave të veçanta dhe unike të sallamit, salçiçeve, proshutës dhe produkteve të tjera e kanë bërë Salamin "FIX PRO" sh.p.k. të vetmin që posedon shijen, aromën dhe cilësinë më të lartë në treg. Qendra e firmës është në qytetin e Korçës, por produktet e saj shpërndahen në të gjithë Shqipërinë.

Tabela 19: Profili i Kompanisë – FIX Pro

	I.N.C.A. NORD FISH Sh.p.k http://inca-al.com/ion.al/
Përshkrim	I.N.C.A. NORD FISH Sh.p.k është kompania moderne e cila kryen ciklin e plotë të punëve në lidhje me përpunimin, paketimin dhe logjistikën e të brendshmeve të kafshëve dhe produktet. Procesi i prodhimit është kryer në përputhje me të gjitha standardet veterinare dhe sanitare. Profesionalizmi i teknologëve tanë, pajisjet moderne dhe standardet e larta të prodhimit garantojnë sigurinë dhe cilësinë e produkteve tona. Produktet e të brendshmeve , të cilat prodhohen nën markën tregtare 'INCA: Zorrë Natyrale', përputhen me kërkesat e sistemit të cilësisë të Standardeve ISO 9001: 2008 dhe HACCP.
Themeluar	2004
Numri i punonjësve	Numri i përgjithshëm i të punësuarve është 93, nga të cilët 67 janë femra dhe 26 meshkuj. Grupmosha dominante në këtë kompani është 30-39 vjeç
Shërbimet që ato ofrojnë	Prodhimi i gëzhojave natyrore dhe shtazore me cilësi më të lartë nga produktet që përputhen me kërkesat e Standardeve Ndërkombëtare. Përmirësimi i procesit të prodhimit me anë të kombinimit të përpunimit tradicional me dorë me teknologjinë dhe pajisjet më të përparuara.

Tabela 20: Profili i Kompanisë - INCA NordFish

UNFPA Albania

Qëllimi i këtij pyetësori është të kuptojë mjedisin e sektorit privat në Shqipëri për të zbatuar në vendin e punës politikat dhe iniciativat familjare të lidhura me gjininë. Ky pyetësor do të ndihmojë në identifikimin e një kampioni të kompanive të mundshme ku do të punohet mbi këto politika dhe iniciativa në hapat e ardhshme të projektit.

Kjo konsulencë mbështetet financiarisht dhe teknikisht nga UNFPA Shqipëri dhe zbatohet nga DM Consulting Services (dm-consulting.biz).

Për çdo informacion të mëtejshëm dhe interes në bashkëpunim, ju lutemi kontaktoni Dritan Mezini, dmezini@dm-consulting.biz +355 69 2077847

The aim of this questionnaire is to understand the environment of private sector in Albania to implement gender-responsive family policies and initiatives in the workplace. This questionnaire will help to identify potential Champion Companies to work on these policies and initiatives in future steps of the project.

This consultancy is financially and technically supported by UNFPA Albania and is implemented by DM Consulting Services (dm-consulting.biz).

For any further information and interest in collaboration please contact Dritan Mezini, dmezini@dm-consulting.biz +355 69 2077847

Figura 18. Pamja e pyetësorit 1

UNFPA Albania

* Required

Seksioni i Përgjithshëm (General Section)

Ky seksion është i përqendruar në informacionin e përgjithshëm të kompanive / organizatave.
(This section is focused in the general information of the companies/organizations.)

Emri i Kompanisë (Name of Company) *

Your answer

Numri total i punonjësve full-time (Total number of full-time employees) *

- 0-49
- 50-249
- 250-499
- 500-999
- 1000-

Numri i punonjësve full time të zyrës / administratës (Number of full-time office/administrative workers) *

Your answer

Figura 19. Pamja e pyetësorit 2

Numri i punonjësvefull-time të prodhimit / jo-zyre (Number of full-time manufacturing / non-office workers) *

Your answer

Përqindja e femrave ndaj totalit të punonjësve (Percentage of female to total employees) *

Your answer

Sa menaxherë janë në kompaninë tuaj që kanë të paktën 5 punonjës që raportojnë drejtpërdrejt tek ata? (How many managers are in your company that have at least 5 employees reporting directly to them?) *

Your answer

Sa prej këtyre menaxherëve janë femra? (How many of these managers are female?) *

Your answer

Shpërndarja e moshës - Numri i të punësuarve sipas moshës (Age distribution - Number of employees in ages)

Figura 20. Pamja e pyetësorit 3

Mosha: -19, Mashkull / Femër (Age: -19, Male/Female) *

Your answer

Mosha: 20-29, Mashkull / Femër (Age: 20-29, Male/Female) *

Your answer

Mosha: 30-39, Mashkull / Femër (Age: 30-39, Male/Female) *

Your answer

Mosha: 40-49, Mashkull / Femër (Age: 40-49, Male/Female) *

Your answer

Mosha: 50-59, Mashkull / Femër (Age: 50-59, Male/Female) *

Your answer

Mosha: 60+, Mashkull / Femër (Age: 60+, Male/Female) *

Your answer

Etnia / gjuha (Ethnicity/language)

Figura 21. Pamja e pyetësorit 4

Sa punonjës keni me prejardhje të huaj (të lindur në një vend tjetër ose me dy prindër nga një vend tjetër)? How many employees with foreign background (born in another country or both parents from another country)? *

Your answer

Sektori i industrisë (Industry sector)

Fusha kryesore e biznesit / industrisë (Main business/industry area) *

Your answer

Globale / E brendshme (Global/Domestic) *

- ○ E brendshme (Domestic)
- ○ Globale (Global)
- ○ E përzierë (Mixed)
- ○ Ekskluzivitet (Franchise)
- ○ Other: _____

Vendndodhja Gjeografike e Selisë (Geographical Location HQ) *

Your answer

Figura 22. Pamja e pyetësorit 5

A keni degë në vende të tjera? (Do you have branches in other places?) *

- Po (Yes)
- Jo (No)

Nëse po, ju lutemi specifikoni (If yes, please specify)

Your answer

Qarkullimi financiar në vendin tuaj (monedha vendase 2019) në lekë/ose Euro (Financial turnover in your country (local currency 2019) in ALL/Euro)

Your answer

Figura 23. Pamja e pyetësorit 6

Politikat dhe Angazhimi (Policies and Commitment)

Politikat (Policies)

A keni një politikë të kompanisë për barazinë gjinore? ose a përmendet gjinia në qëllimet dhe udhëzimet e kompanisë nëse politika nuk është e zakonshme? (Do you have a Company gender equality policy? or is gender mentioned in goals & guidelines if policy is not common?) *

- ○ Po (Yes)
- ○ Jo (No)

Nëse po, ju lutemi specifikoni (If yes, please specify)

Your answer

A u jepni kontribut financiar punonjësve (veçmas sigurimeve shoqërore) gjatë pushimit prindëror? (Do you give financial contribution to employees during parental leave?) *

- ○ Po (Yes)
- ○ Jo (No)

Nëse po, ju lutemi specifikoni (If yes, please specify)

Your answer

Figura 24. Pamja e pyetësorit 7

A keni ndonjë lloj programi / politikë të pushimit prindëror? (Do you have any type of parental leave programs/policies?) *

- Po (Yes)
- Jo (No)

Nëse po, ju lutemi specifikoni (If yes, please specify)

Your answer

Angazhimi (Commitment)

Në gjykimin tuaj, si është angazhimi i Kompanisë suaj ndaj programeve / iniciativave të barazisë gjinore në vendin e punës? (In your judgment, what is your Company´s commitment to gender equality programs/or initiatives at the workplace?) *

- I ulët (Low)
- Mesatar (Medium)
- I lartë (High)

Figura 25. Pamja e pyetësorit 8

Angazhimi i kompanisë (Company's commitment) *

	Po (Yes)	Jo (No)
A e konsideron Kompania në mënyrë aktive se si të rekrutojë më shumë gra? (Does the Company proactively consider how to recruit more women?)	○	○
A keni ndonjë baba midis punonjësve që kanë marrë lejen prindërore? (Do you have any fathers among managers who have taken parental leave?)	○	○
A ofroni ndonjë mbështetje praktike për prindërit që punojnë sot? Shihni shembujt më poshtë: (Do you offer any practical support to working parents today? See examples below:)	○	○
Orë fleksibël në punë (Flexible working hours)	○	○
Punë nga shtëpia nëse një fëmijë është i sëmurë (Work at home if a child is sick)	○	○
Takimet vetëm pas orës 9 të mëngjesit dhe para orës 3 pasdite (Meetings only after 9 am and before 3 pm)	○	○
Periudha fleksibël të pushimit prindëror (Flexible parental leave periods)	○	○
Më shumë mundësi për punë me kohë të pjesshme sesa kërkohet nga ligji (More part time opportunities than required by law)	○	○

Figura 26. Pamja e pyetësorit 9

Rutinat e përgjithshme para-gjatë-pas një leje prindërore (General routines before-during-after a parental leave)	○	○
Program i brendshëm për punonjësit në pushim prindëror (Internal program for employees on parental leave)	○	○
Kujdestari për fëmijët ose oferta e kujdesit ditor për fëmijët e punonjësve (Baby sitting or children day care offer to employees)	○	○
Ndihmë për pastrimin / mirëmbajtjen e shtëpisë (Cleaning/housekeeping help)	○	○
Mbështetje për studimet e fëmijëve në shkollë (Study support to school children)	○	○
Ofroj ambiente çerdhe/kopshti në mjediset e kompanisë (I offer nursery / garden facilities in the company premises)	○	○

Struktura e Pronësisë (Ownership Structure)

Struktura e Pronësisë (Ownership Structure) *

- [ ] Private (Private)
- [ ] Publike (Public)
- [ ] sh.a

Faleminderit për përgjigjet tuaja! Thank you for your responses!

Figura 27. Pamja e pyetësorit 10

SHTOJCA B - MATRICA E VLERËSIMIT

Skanimi i sektorit privat - INFORMACIONI & KRITERET - Matrica e Vlerësimit					
% në total	Nën %	Treguesi bazuar në numrin e pyetjeve në studim		Pesha	Rregulli i vlerësimit
10%		2. Total number of full-time employees *			
		0-49		0,2	Sa më i ulët numri – aq më i ulët rezultati, por jo më pak se 0.2 dhe jo më shumë se 1
		50-249		0,4	
		250-499		0,6	
		500-999		0,8	
		1000-		1	
10%		5. Përqindja e femrave ndaj totalit të punonjësve *			
		Femra		1	Nëse femra> 40%, atëherë kompania merr pikën maksimale 10%, dhe nëse më pak merr 0%
5%		7. Sa prej këtyre menaxherëve janë femra?			Ky numër në % vjen si rezultat i ndarjes së numrit të menaxhereve femra / menaxhereve totale. Është llogaritur nga (6/7) * 100%
		Menaxhere Femra në %		1	**Nëse menaxhere femra > 50% atëherë 10%, dhe nëse më pak duhet 0%**
5%		15. Fusha kryesore e biznesit / industrisë *			
					Nëse kompania është Fason, Horeca, Telekomunikacioni atëherë 1
5%		16. Globale / E brendshme			
			E brendshme	0,8	
			Globale	1	
			Ekskluzivitet	0,6	
			Të tjera	0,4	
					Nuk është vendosur ende për rregullin e vlerësimit

Tabela 21/1: Matrica e Vlerësimit

5%		**Gjeografi (HQ, dege te tjera, vendndodhja) - (17,18,19)**			
			Zonë rurale + degë	1	
			Degët e tjera të qytetit +	0,8	
			Kryeqyteti + degët	0,6	
			Zonë rurale	0,4	
			Qytet tjetër	0,2	
			Kryeqytet	0	
35%		**Politikat dhe Angazhimi**			
	2,06%	21. A keni një politikë të kompanisë për barazinë gjinore? ose a përmendet gjinia në qëllimet dhe udhëzimet e kompanisë nëse politika nuk është e zakonshme?	Po/Jo	(0,1)	
	2,06%	23. A u jepni kontribut financiar punonjësve (veçmas sigurimeve shoqërore) gjatë pushimit prindëror?	Po/Jo	(0,1)	
	2,06%	25. A keni ndonjë lloj programi/ politikë të pushimit prindëror?	Po/Jo	(0,1)	
		28. Angazhimi i kompanisë			
10,00%		27. Në gjykimin tuaj, si është angazhimi i Kompanisë suaj ndaj programeve / iniciativave të barazisë gjinore në mjedisin e punës?	I ulët / Mesatar / I Lartë		
			I ulët	0	
			Mesatar	0,5	
			I Lartë	1	
	2,06%	A e konsideron Kompania në mënyrë aktivese si të rekrutojë më shumë gra?	Po/Jo	(0,1)	
	2,06%	A keni ndonjë baba midis punonjësve qëkanë marrë lejen prindërore?	Po/Jo	(0,1)	
	2,06%	A ofroni ndonjë mbështetje praktike përprindërit që punojnë sot? Shihni shembujt mëposhtë:	Po/Jo	(0,1)	

Tabela 21/2: Matrica e Vlerësimit

	2,06%	Orë fleksibël në punë	Po/Jo	(0,1)	
	2,06%	Punë nga shtëpia nëse një fëmijë është i sëmurë	Po/Jo	(0,1)	
	2,06%	Takimet vetëm pas orës 9 të mëngjesit dhepara orës 3 pasdite	Po/Jo	(0,1)	
	2,06%	Periudha fleksibël të pushimit prindëror	Po/Jo	(0,1)	
	2,06%	Më shumë mundësi për punë me kohë tëpjesshme sesa kërkohet nga ligji			
	2,06%	Rutinat e përgjithshme para-gjatë-pas një leje prindërore	Po/Jo	(0,1)	
	2,06%	Program i brendshëm për punonjësit në pushim prindëror	Po/Jo	(0,1)	
	2,06%	Kujdestari për fëmijët ose oferta e kujdesit ditor për fëmijët e punonjësve	Po/Jo	(0,1)	
	2,06%	Ndihmë për pastrimin / mirëmbajtjen e shtëpisë	Po/Jo	(0,1)	
	2,06%	Mbështetje për studimet e fëmijëve në shkollë			
	2,06%	Ofroj ambiente çerdhe/ kopshti në mjediset e kompanisë	Po/Jo	(0,1)	
	35,00%				
15%		Angazhimi i Menaxhimit	I ulët / Mesatar / I Lartë		
			I ulët	0	
			Mesatar	0,5	
			I Lartë	1	

Tabela 21/3: Matrica e Vlerësimit

SHTOJCA C – PARTNERËT

Tabela e mëposhtme përfaqëson kontaktet kryesore për 100 kompanitë e para, të cilat u përdorën për përpunim të mëtejshëm deri në përzgjedhjen e kompanive pararojë.

Nr.	Emri	Personi i kontaktit	Lloji	E-mail/Celular
1	UN Women	Erisa Cela	Organizata e KB	Erisa.cela@unwomen.org
2	Austrian Chamber of Commerce	Marlinda Zotaj	Shoqatë Biznesi	tirana@advantageaustria.org marlinda.zotaj@advantageaustria.org
3	IDRA Research Organization	Auron Pasha	Kompani	idra@idra.al
4	Albanian Exporters Association	Alban Zusi	Shoqatë Biznesi	albanzusi@yahoo.com
5	Albanian ICT Association	Dritan Mezini	Shoqatë Biznesi	dmezini@dm-consulting.biz
6	Union of Chambers of Commerce	Ines Mucostepa	Shoqatë Biznesi	ines.mucostepa@gmail.com
7	Albanian Tourism Association	Matilda Naco	Shoqatë Biznesi	ata@ata.org.al
8	Foreign Investors Association in Albania	Marinela Jazoj	Shoqatë Biznesi	contact@fiaalbania.al
9	American Chamber of Commerce	Ilir Trimi	Dhomë Tregtie	ilir.trimi@amcham.com.al
10	Albanian Banking Association	Spiro Brumbulli	Shoqatë Biznesi	spiro.brumbulli@aab-al.org
11	Albanian Association of Hospitality - Tourism	Zak Topuzi	Shoqatë Biznesi	z.topuzi@hotelmondial.al
12	Albanian Trade Union Association	Grigor Joti	Shoqatë Biznesi	gjoti@infosoftgroup.com.al
13	BPO Association	Arjodita Musta	Shoqatë Biznesi	arjoditamustali@vigangroup.com
14	Union of Fasoners of Albania	Flamur Hoxha	Shoqatë Biznesi	klershirts@yahoo.it
15	Tirana Chamber of Commerce and Industry	Nikolin Jaka	Dhomë Tregtie	jaka@cci.al
16	Albanian Confindustria	Gjergj Buxhuku	Shoqatë Biznesi	gjbuxhuku@konfindustria.al
17	Business Albania	Luan Bregasi	Shoqatë Biznesi	luan_bregasi@yahoo.com
18	Construction Association	Avenir Kika	Shoqatë Biznesi	info@kikaconstruction.com
19	Duapune HR company	Eljana Mete	Kompani	eljana.mete@duapune.com

Tabela 22:Partnerët

SHTOJCA D – LISTA E 100 KOMPANIVE

Nr	Emri i kompanisë	Sektori i industrisë	Website
1	A.E.D DISTRIBUTION	Shitje me pakicë	aed.al
2	A.M.G Shpk	Përpunimi i ushqimit	amgfood.com
3	Agikons	Ndërtimi	agikons.com
4	Agna Group	Shpërndarja	agnagroup.com/new
5	AIBA	Përpunimi i ushqimit	aiba.al
6	AL-Tour project	Turizmi	kulturkontakt.or.at/altour
7	AlbaCall	Call Center dhe suport	albacall.eu/en
8	Albdesign	Printime	alb-design.net
9	Albpastrim SHPK	Shërbimet	albpastrim.al
10	Alpha Bank Albania	Bankare	alpha.gr
11	Aluflor	Ndërtimi	aluflor.com
12	Ami Event	Argëtim	amievent.al
13	Antea Cement	Prodhimi i çimentos	anteacement.com
14	Arvis	Makine me Qera	viprent.al
15	Aza elektronik	Shitje me pakicë	azaelectronics.com
16	Balfin Group	Shitje me pakicë, Pasuri të paluajtshme, Miniera	balfin.al/index.php/en
17	Banka Kombetare Tregtare	Bankare	bkt.com.al
18	Bankers Petroleum Albania	Nafte dhe Energji	bankerspetrolum.com
19	Big Market	Shitje me pakicë	bigmarket.al/shop
20	Billa & Co	Me pakicë	billa.al
21	Boga & Associate	Ligjore dhe Konsulencë	bogalaw.com
22	British American Tabacco Albania	Prodhimi i cigareve	bat.com
23	Brotech Brands	Dyqan ndriçimi	brotechbrands.com
24	BRUNES	Shitje me pakicë	brunes.al
25	Coca Cola	Shpërndarës i mbushjes së pijeve	ccbs.al/sq
26	Communication Progress	Teknologjia e informacionit	commprog.com
27	Deloitte	Shërbimet e Konsulencës	www2.deloitte.com
28	Delta	Dizajn i brendshëm dhe i jashtëm dhe ndërtim	deltagroup.eu
29	Digicom	Ofrues Interneti	digicom.al
30	EasyPay shpk	Shërbimet	easypay.al
31	Efa Solution	Këpucë	efasolution.al
32	Extrabis	Shërbime Personale	veshjepune.com
33	F A R M A T E CH	Import-Eksport Farmaceutik	farmatech.al
34	Facilization	Teknologjia e informacionit	facilization.comen
35	Fashion Group Albania	Import Expot, Shitje me pakicë, Prona të patundshme	fga.al
36	Fibank	Bankare	fibank.al
37	FONDI BESA	Financ	fondibesa.com
38	Food Way	Horeca	foodway.al
39	Gener 2	Ndërtimi	gener2.al
40	Globe Shops shpk	Shitje me pakicë	globe.al

Tabela 23/1: Lista e 100 kompanive

41	Gotech	Shitje me pakicë	gotech.al/sq
42	HARI LENA	Shpërndarja	harilenagroup.com
43	ICT Watcher	Nënkontrata e proçesit të biznesit	ictw.pro
44	IkubInfo	Teknologjia e informacionit	ikubinfo.al
45	Inca Nordfish	Përpunimi i ushqimit	inca-al.com
46	Infosoft Systems / ITD	Teknologjia e Komunikimit të Informacionit	infosoftsystems.al
47	Innovaway	Call Center dhe suport	innovaway.it
48	INTERSIG – Vienna Insurance Group	Sigurime	intersig.al
49	Intesa San Paolo Bank	Bankare	intesasanpaolobank.al
50	Intracom Telecom Albania	Teknologjia e Komunikimit të Informacionit	intracom-telecom.al
51	ITE Engineering	Ndërtimi dhe Inxhinieria	aec.al
52	Jurrei shpk	Shitje me pakicë	bioju.al
53	Kadiu Group	Shitje me shumicë dhe pakicë	kadiu.al
54	Klar & Coffe shpk	Shitësi me shumicë i kafesë	klar.al
55	KMY	Përpunimi i ushqimit	kmy.al
56	KRACO / CAPITAL RESOURCES shpk	Ushqim, pije të ndryshme	kraco.al/EN/home
57	KRESHA PROD	Prodhim, Import-Eksport, shitje me shumicë të kafes	kresha-al.com
58	Life shpk	Call Center dhe suport	eurocol.com.al
59	Log In Albania	Makina me qira	loginalbania.al
60	Lufra shpk	Përpunimi i ushqimit	lufra.al
61	ManeTCI	Investimet në ndërtimin e tregtisë	manetci.al
62	Maritim Hotel Plazza	Horeca	plazatirana.com
63	Matrix Construction	Ndërtimi	matrixkonstruksion.com
64	Megatek sha	Shitje me pakicë	megateksa.comal/sq
65	Milsped Albania / Tirana Logistic Park	Logjistike	milsped.com
66	Mobile Bee / ReMax Advantage	Pasuri të paluajtshme	remax-albania.com
67	Neptun	Shitje me pakicë	neptun.al
68	NOA sh.a	Financat	noa.com.al
69	Orbico shpk	Shpërndarja	orbico.al
70	Philip Morris International	Duhan & Shpërndarje	pmi.com
71	Procredit Bank Albania	Bankare	procreditbank.com.al
72	R&T	Shërbimet në Punët Civile / Telekomunikacioni Inxhinierik	rt-grp.com
73	Raiffeisen Bank sh.a.	Bankare	raiffeisen.al
74	Rapsodia	Horeca	rapsodia.al
75	Roal Food	Dyqan sendesh shtëpiake	roalfood.com
76	Rogner Eropapark Holtel shpk	Mikpritja	hotel-europapark.com
77	Sallam Fix	Përpunimi i ushqimit	sallamfix.al
78	SHKK FED invest	Mikrofinancat	fedinvest.al
79	Shyze	Horeca	
80	SiCRED sh.a.	Sigurime	sicred.com.al/new

Tabela 23/2: Lista e 100 kompanive

81	SIGAL – Uniqa Group Austri	Sigurime	sigal.com.al
82	Sigma Interalbanian – Vienna Insurance Group	Sigurime	sivig.al
83	Spar Albania	Shitje me pakicë ushqimore	spar.al/al
84	STRABAG sh.p.k	Ndërtimi	strabag.com
85	TCN shpk	Teknologjia e Komunikimit të Informacionit	tcn.al
86	Telekom Albania	Telekomunikacion	telecom.com.al
87	Teleperformance	Call center	
88	Teoren	Mobilimi i shtëpisë	teoren.al
89	Tirana Bank SA	Bankare	tiranabank.al
90	Tirana Business Park	Marrja me qira dhe ndërtime	tiranabusinesspark.com
91	Trimed	Farmaceutike	trimed.com.al/al
92	Usluga	Prodhimtari	usluga.al
93	VEKO	Përpunimi i drurit	veko-al.com
94	Vibtis	Ndërtimi	vibtis.al
95	Vodafone	Telekomunikimi	vodafone.com
96	Abcons	Konsulencë	abkons.com
97	GECI shpk	Ndërtimi	tiranainternational.com
98	Hako	Ushqim	hako.al
99	DaVinci	Qendër mjekësore	davinci.al
100	Gazeta Mapo	Media	gazetamapo.al

Tabela 23/3: Lista e 100 kompanive